Psihologie

Adrian Neculau
(coordonator)

MANUAL DE PSIHOLOGIE SOCIALĂ

Collegium

POLIROM

Seria *Psihologie* este coordonată de Adrian Neculau.

Lector: Dorin Nastas

www.polirom.ro

© 2003 by Editura POLIROM

Editura POLIROM
Iaşi, B-dul Copou nr. 4, P.O. Box 266, 6600
Bucureşti, B-dul I.C. Brătianu nr. 6, et. 7, ap. 33; O.P. 37; P.O. Box 1-728, 70700

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României:

Manual de psihologie socială / coord.: Adrian Neculau – Iaşi: Polirom, 2003.
344 p.; 24 cm – (Collegium. Psihologie)

ISBN: 973-681-211-1

I. Neculau, Adrian (coord.)

316.6

Printed in ROMANIA

Adrian Neculau
(coordonator)

MANUAL DE PSIHOLOGIE SOCIALĂ

POLIROM
2003

Prezentarea autorilor

Adrian NECULAU este prof. dr. la Facultatea de Psihologie şi Ştiinţe ale Educaţiei, coordonatorul Laboratorului „Psihologia câmpului social" de la Universitatea „Al.I. Cuza" din Iaşi şi preşedinte al Asociaţiei Române pentru Cercetare şi Intervenţie în Psihologia Socială (ARCIPS). Este membru fondator al Observatoire Européen des Représentations Sociales, membru plin al European Association of Experimental Social Psychology şi al Association pour la Diffusion de la Recherche Internationale en Psychologie Sociale (ADRIPS). Este membru în consiliul ştiinţific al revistelor *Psychologie & Société* (Franţa) şi *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale* (Belgia). Este membru în echipa internaţională de cercetare „Puterea şi reprezentarea ei socială", organizată de Maison des Sciences de l'Homme (Paris). Este coordonatorul colecţiilor „Collegium. Psihologie" şi „Psihologie aplicată" la Editura Polirom şi redactor-şef al revistei *Psihologie socială*.

A publicat peste 80 de studii şi articole în reviste de specialitate sau în volume colective, din ţară şi din străinătate. Este autorul şi coordonatorul mai multor volume de psihologie socială, dintre care menţionăm doar ultimele apariţii : *Analiza şi intervenţia în grupuri şi organizaţii* (2000) ; *Dinamica grupurilor. Texte de bază* (2001) ; *Intervenţia psihosocială în grupurile sociale defavorizate. Strategie şi metodologie* (2001).

E-mail : **aneculau@uaic.ro**

Septimiu CHELCEA este prof. dr. la Universitatea din Bucureşti, vicepreşedinte al Asociaţiei Române de Sociologie. Este membru fondator al Institutului Social Român.

Preocupări : comportament prosocial, memorie socială, opinie publică, metode şi tehnici de cercetare sociologică.

Dintre lucrările publicate amintim : *Chestionarul în investigaţia sociologică* (1975) ; *Experimentul în psihosociologie* (1982) ; *Personalitate şi societate în tranziţie* (1994) ; *Metodologia certcetării sociologice. Metode cantitative şi calitative* (2001) ; *Un secol de cercetări psihosociologice* (2002) ; *Opinia publică. Gândesc masele despre ce şi cum vor elitele ?* (2002).

E-mail : **schelcea@yahoo.com**

Nicolae MITROFAN este prof. dr. la Catedra de Psihologie a Universităţii din Bucureşti. În calitate de *visiting professor*, a activat la universităţi din Statele Unite ale Americii, Franţa, Canada, Spania. Din anul 2001 este preşedintele Asociaţiei Psihologilor din România. Este membru al Consiliului Internaţional al Psihologilor (din 1991), al Asociaţiei Europene pentru Măsurarea Personalităţii (din 1992), al Asociaţiei Europene pentru Problemele Personalităţii (din 1992). De asemenea, este membru al Comisiei Sociale din cadrul C.N.E.A.A.

Domenii de competenţă : psihodiagnostic, psihologie judiciară, psihologie generală, metodica predării psihologiei.

A publicat peste 200 de studii, articole şi lucrări în reviste de specialitate din ţară şi din străinătate. Este autorul şi coordonatorul mai multor volume, dintre care amintim: *Testarea psihologică a copilului mic* (1990); *Psihologie judiciară* (2000).
E-mail: **nmitrofan@hotmail.com**

Petru ILUŢ este prof. dr. la Catedra de Sociologie a Universităţii „Babeş-Bolyai" din Cluj-Napoca, licenţiat în filosofie, doctor în psihologie (socială), cu stagii de specializare în Statele Unite ale Americii şi, de durată mai scurtă, în Franţa, Germania şi Suedia; în prezent este implicat în mai multe programe de cercetare, masterat şi doctorat, unele internaţionale.
Domenii de competenţă: valori, atitudini şi opinie publică, familie şi problematică gender, metodologie integrativă.
A publicat, printre altele: *Familia. Cunoaştere şi asistenţă* (1995); *Structurile axiologice din perspectiva psihosocială* (1995); *Abordarea calitativă a socioumanului* (1997); *Psihologie socială* (coautor, 1994); *Sociologie* (coord., 1996); *Ancheta sociologică şi sondajul de opinie* (coautor, 1997); *Iluzia localismului şi localizarea iluziei* (2000); *Sinele şi cunoaşterea lui. Teme actuale de psihosociologie* (2001).
E-mail: **petruilut@hotmail.com**

Ştefan BONCU este doctor în psihologie, conferenţiar la Facultatea de Psihologie şi Ştiinţe ale Educaţiei din cadrul Universităţii „Al.I. Cuza" din Iaşi. A efectuat un stagiu de specializare în domeniul psihologiei sociale la Universitatea din Geneva.
Domenii de interes: procese interpersonale şi comparare socială.
Dintre lucrările publicate amintim: *Psihologie şi societate* (1999); *Devianţa tolerată* (2000); *Psihologia influenţei sociale* (2002).
E-mail: **boncu@uaic.ro**

Mihaela BOZA este asistent la Facultatea de Psihologie şi Ştiinţe ale Educaţiei din cadrul Universităţii „Al.I. Cuza" din Iaşi. A susţinut seminarii de psihologie socială şi metodologia cercetării.
Interesele de cercetare se înscriu în sfera prevenţiei şi rezolvării conflictelor, diferenţei de gen, identităţii de gen şi discriminării sexuale, atitudinii şi schimbării atitudinilor din perspectivă socio-cognitivă.
A publicat lucrări în reviste de specialitate sau în cadrul unor volume colective.
E-mail: **miaboza@uaic.ro**

Ticu CONSTANTIN este lector dr. în cadrul Facultăţii de Psihologie şi Ştiinţe ale Educaţiei. Interesul său în domeniul cercetării este orientat predominant spre studiul memoriei autobiografice şi al memoriei sociale, fiind şi realizatorul unui curs pe această tematică, la nivel de studii aprofundate. Este membru în echipa internaţională de cercetare „Memoria privind evenimentele publice; atacurile teroriste asupra clădirilor World Trade Center din New York şi Pentagonului din Washington" reunind specialişti din 10 ţări.
A publicat 30 de lucrări în reviste de specialitate sau în cadrul unor volume colective.
E-mail: **tconst@uaic.ro**

Mihai CURELARU este asistent universitar la Facultatea de Psihologie a Universităţii „Al.I. Cuza" din Iaşi şi susţine cursuri şi seminarii de metodologie a cercetării sociale (tehnici ale interviului şi analizei de conţinut) şi psihologie socială.
În domeniul cercetării, interesele sale se îndreaptă spre teoria reprezentărilor sociale, ideologie, context şi practici sociale.
E-mail: **curelaru@uaic.ro**

Cătălin DÎRȚU este lector dr. la Catedra de Psihologie, Facultatea de Psihologie și Științe ale Educației a Universității „Al.I. Cuza" din Iași.

Domenii de interes : istoria psihologiei, psihologie diferențială și a personalității, psihologia simțului comun, percepția persoanei și percepție socială.

A publicat mai multe articole și a contribuit la volume pe diverse teme de psihologie socială și psihologie a personalității.

E-mail : **dirtu@uaic.ro**

Ovidiu LUNGU este asistent dr. la Facultatea de Psihologie și Științe ale Educației din cadrul Universității „Al.I. Cuza" din Iași. A efectuat stagii de specializare în străinătate.

A publicat numeroase lucrări în reviste de specialitate sau în volume colective, pe teme legate de stereotipuri, cogniție socială, psihologie cognitivă. Este autorul unui ghid pentru prelucrarea statistică a datelor în psihologie și a unui manual de cogniție socială (pentru uzul studenților).

E-mail : **lungu003@umn.edu**

Dorin NASTAS este asistent la Facultatea de Psihologie și Științe ale Educației a Universității „Al.I. Cuza" din Iași.

Are preocupări în domeniul prejudecăților, stereotipurilor, relațiilor intergrupuri, psihologiei eului, psihologiei judiciare, psihologiei sociale a limbajului.

A publicat o serie de articole de sinteză și empirice pe teme legate de identitate socială, stereotipuri, psihologia socială a limbajului, reprezentări sociale.

E-mail : **nastas@uaic.ro**

Cuprins

Cuvânt înainte (Adrian Neculau) 15

Secţiunea I

INTRODUCERE ÎN PSIHOLOGIA SOCIALĂ

Adrian Neculau

Ce este psihologia socială ? 21
  Bibliografie 26

Septimiu Chelcea, Ştefan Boncu

O istorie succintă a psihologiei sociale 28
  1. Preistoria psihologiei sociale 29
  2. Fondatorii 31
  3. Perioada clasică 33
  4. Perioada modernă 35
  5. Perioada contemporană 36
  6. Psihologia socială în România 37
  Bibliografie 41

Mihai Curelaru

Metode şi tehnici de cercetare în psihologia socială 42
  1. Teorii, ipoteze şi metode 43
  2. Ancheta 45
  3. Experimentul 55
  4. Etica cercetării 63
  Lecturi recomandate 65
  Bibliografie 65
  Concepte-cheie 67

Secţiunea a II-a

PROCESE INDIVIDUALE

Adrian Neculau, Cătălin Dîrţu

Construcţia socială a personalităţii 71

1. Introducere 72
2. Determinanţii interni ai personalităţii 72
3. Determinanţii sociali ai personalităţii 76
4. Interacţionismul 81
5. Cultură şi personalitate 82

Lecturi recomandate 84

Bibliografie 84

Concepte-cheie 85

Ovidiu Lungu

„Eul" în cogniţia socială 86

1. „Eul" - un concept social? 86
2. Modalităţi de autocunoaştere 88
3. Conceptul de sine (*self-concept*) 92

Bibliografie 97

Ovidiu Lungu

Cogniţia socială 98

1. Cogniţia în psihologie 99
2. Cogniţia în psihologia socială 100
3. Ce este dincolo de cogniţie? 111

Bibliografie 112

Cătălin Dîrţu

Atribuirea 113

1. Introducere în problematica teoriilor atribuirii 114
2. Erorile de atribuire 119
3. Influenţa teoriilor atribuirii asupra cercetărilor actuale 120

Lecturi recomandate 121

Bibliografie 121

Concepte-cheie 122

Mihaela Boza

Atitudinea şi schimbarea atitudinii 123

Introducere 123

I. Conceptul de atitudine 124

II. Schimbarea de atitudine 133

Lecturi recomandate 141

Bibliografie 141

Concepte-cheie 143

Secţiunea a III-a

RELAŢII ŞI PROCESE INTERPERSONALE

Petru Iluţ
Relaţii intime 147
1. Prietenia şi singurătatea 148
2. Dragostea (romantică) – diferenţe faţă de prietenie şi simpatie 151
3. Dragostea pasională şi alte tipuri de dragoste 152
4. Sexualitatea premaritală 155
Lecturi recomandate 159
Bibliografie 159
Concepte-cheie 160

Nicolae Mitrofan
Agresivitatea 161
1. Ce este agresivitatea? 161
2. Forme ale agresivităţii 163
3. Cauzele agresivităţii 165
4. Factori ce influenţează agresivitatea 168
5. Modalităţi de prevenire şi reducere a agresivităţii 173
Bibliografie 175

Septimiu Chelcea
Comportament prosocial 178
1. Bunul şi răul samaritean din noi şi de lângă noi 178
2. Ce este comportamentul prosocial? 180
3. Teorii explicative 181
4. Emergenţa comportamentului prosocial 187
Lecturi recomandate 192
Bibliografie 193
Concepte-cheie 195

Secţiunea a IV-a

STRUCTURI, PROCESE DE GRUP ŞI INFLUENŢĂ SOCIALĂ

Adrian Neculau
Grupul în psihologia socială 199
1. Conceptul de grup în psihologia socială 200
2. Definiţie 206
3. Teorii despre grupuri 207
4. Dinamica grupului 214
5. Animarea grupurilor 217

Bibliografie 222
Concepte-cheie 223

Ştefan Boncu
Procese şi fenomene de grup 224
1. **Facilitarea socială** 224
2. **Lenea socială** 227
3. **Dezindividualizarea** 231
Bibliografie 236

Ştefan Boncu
Influenţa socială 237
1. Normalizarea 237
2. Conformismul 239
3. Influenţa minoritară 244
4. Obedienţa 246
Bibliografie 250

Secţiunea a V-a

PROCESE INTERGRUPURI

Dorin Nastas
Stereotipuri, prejudecăţi şi discriminare 255
1. Definiţii şi precizări conceptuale 255
2. Măsurarea atitudinilor intergrupuri 257
3. Teorii despre atitudinile intergrupuri 266
Lecturi recomandate 270
Bibliografie 270
Concepte-cheie 270

Secţiunea a VI-a

PROCESE COLECTIVE

Adrian Neculau
Gândirea socială 275
Bibliografie 281

Adrian Neculau, Mihai Curelaru
Reprezentări sociale 283
1. Originea teoriei reprezentărilor sociale 284
2. Definirea reprezentării sociale şi delimitările conceptuale 287
3. Obiecte ale reprezentării sociale 289

4. Procese fundamentale ale reprezentării : obiectificarea și ancorarea 291
5. Componente, funcții și forme de manifestare 293
6. Teoria nucleului central 296
7. Teoria principiilor organizatoare de luări de poziție 299
8. Transformarea reprezentărilor sociale 300
9. Rolul contextului și ideologia 302
Lecturi recomandate 304
Bibliografie 305
Concepte-cheie 306

Adrian Neculau, Ticu Constantin
Memoria socială 308
1. Introducere în problematica domeniului 309
2. Repere în studiul memoriei sociale 310
3. Teorii și direcții de cercetare în studiul memoriei sociale 311
4. Puncte comune și elemente de diferențiere în analiza memoriei sociale 320
Lecturi recomandate 323
Bibliografie 324
Concepte-cheie 325

ANEXĂ

ARCIPS (Asociația Română pentru Cercetare și Intervenție în Psihologia Socială) 327

Glosar 329

Bibliografie selectivă 335

Cuvânt înainte

Când s-a reluat studiul psihologiei, în vara anului 1990, după ce mai bine de un deceniu această disciplină fusese ostracizată, iar învățământul psihologic interzis, nici unul dintre cei care au „supraviețuit" anilor de izolare nu bănuia ce dimensiuni va lua fenomenul. Media de vârstă a celor puțini care mai rezistaseră în cele trei universități în care au funcționat programe de formare în psihologie era de peste cincizeci de ani, iar dotarea era ca și inexistentă; singura strategie posibilă părea să fie atunci refacerea situației de la începutul deceniului opt, când psihologia fusese „vaporizată". S-au reînființat, la început, câteva grupe la cele trei universități vechi (București, Cluj-Napoca, Iași), cu un număr redus de studenți. Apoi au apărut noi secții și la alte universități, de stat sau particulare. Astăzi nimeni nu poate ști cu exactitate câți tineri studiază în România psihologia - probabil câteva mii. Interesul pentru domeniul nostru este comparabil cu cel înregistrat în țări cu tradiție, țări care nu au fost marcate de seismele pe care le-am cunoscut noi. Recuperarea este spectaculoasă, cel puțin din punct de vedere cantitativ. Pentru nevoile cohortelor impresionante de studenți în psihologie s-au publicat mai multe cursuri și manuale, elaborate de autori români sau traduse, aproape în toate domeniile și ramurile. Acestea sunt uneori texte de calitate, dar adesea sunt marcate de febra alcătuirii industrioase; uneori au aerul unor însăilări pentru nevoi conjuncturale. Cantitatea, ca și frecvența apariției - se știe -, adesea nu corelează cu calitatea.

Cu mici excepții, psihologia socială nu a cunoscut fenomenul inflației. Au apărut câteva manuale serioase în centrele mari, la Iași s-a publicat un volum-sinteză ilustrând domeniile și temele cele mai frecventate la ora actuală, la care au colaborat colegi din mai multe universități europene, alături de autori români. Volumul *Psihologie socială. Aspecte contemporane* (Polirom, Iași, 1996), deși familiarizează cititorii cu noile direcții de cercetare în psihologia socială, deși a avut succes și a fost reeditat, nu are toate calitățile unui manual universitar. Pentru cei care doresc să se inițieze în domeniul psihologiei sociale, studenți în științe sociale și nu numai, volumul la care ne referim este o grea încercare. Dacă nu au antrenori care să-i familiarizeze cu conceptele și noul limbaj al psihologiei sociale, cel mai sigur rezultat este abandonul sau eșecul. Am fost mereu convinși de acest lucru. Nu există încă un manual pentru uzul studenților începători, realizat după normele practicate la ora aceasta. Fiind o întreprindere dificilă, am ezitat mulți ani să ne angajăm într-un asemenea proiect.

Ceea ce propunem acum, deși pare un lucru simplu, nouă ni s-a înfățișat ca un proiect extrem de complicat. În concepția noastră, manualul trebuia să încheie un ciclu, nu să-l deschidă. Să fie cireașa de pe tortul clădit cu dificultate, într-o etapă extrem de fertilă. El era visat, dorit, gândit de mai mulți ani. Dar nu-i venise încă momentul. Trebuia pregătit terenul.

A fost mai întâi *Laboratorul „Psihologia câmpului social"*, cadru instituțional de întâlniri și dezbateri, loc în care s-au elaborat și câștigat proiecte de cercetare și intervenție. Ceea ce a contribuit la dotarea cu echipamente și lucrări de specialitate (peste două mii de titluri) și amenajarea unui centru de cercetări în dinamica grupului. Laboratorul nu este doar un spațiu personalizat, modern amenajat şi echipat, asigurând membrilor condiţii satisfăcătoare de muncă, frecventat de colaboratori din mai multe centre universitare care ne respectă şi se respectă, ci şi un loc de dezbateri, de analiză şi de evaluare a fenomenului tranziţiei în România posttotalitară. Au fost invitaţi profesori recunoscuţi ca specialişti în domenii punctuale (schimbare socială, reprezentări sociale, cogniţie socială, influenţă socială, dinamica grupului) pentru a susţine conferinţe sau a dirija ateliere de lucru şi seminarii aplicative, s-au elaborat strategii de cercetare, s-au stabilit legături, s-au statornicit prietenii. Laboratorul înseamnă acum o stare de spirit, o ideologie, o atmosferă stimulativă, un ethos al participării. Instituţiile, se spune, nu gândesc singure. Ele propun un stil de deliberare şi de decizie, metafore călăuzitoare şi exercită o influenţă asupra gândirii individuale numai prin stilul actorilor sociali care ocupă spaţiile instituţionale. Interacţiunile acestora, schimburile de informaţii şi experienţe, confruntările dintre stiluri impun standarde de calitate, valori comune, norme morale. În cazul nostru, codul de conduită, acceptat şi respectat de toţi şi transmis deja câtorva generaţii de studenţi, a instaurat ca normă cinstirea pentru aportul la dezvoltarea patrimoniului comun. Cercetarea în psihologia socială, spunea recent Serge Moscovici, nu poate evita munca de echipă. *Cartea echipelor* era şi manualul de conduită al Şcolii de Sociologie de la Bucureşti, sub conducerea lui Dimitrie Gusti. Evenimentele normative au o valoare de utilitate socială.

În laborator s-au elaborat mai multe proiecte internaţionale, cu participarea unor colegi din universităţi europene, care au venit la Iaşi în misiuni didactice sau de cercetare şi care au primit în stagii, în instituţiile lor, profesori şi studenţi de la Iaşi. În scurt timp, laboratorul a devenit un reper al dezvoltării psihologiei sociale în Europa de Est, iar membrii laboratorului au fost invitaţi ca parteneri în proiecte de cercetare în Europa sau Statele Unite. Nu sunt puţini aceia dintre noi care au participat la conferinţe şi congrese internaţionale sau fac parte din grupuri europene de cercetare.

La Iaşi s-au organizat mai multe reuniuni internaţionale ale căror lucrări au fost publicate în volume : *Rromii şi reprezentarea lor socială* (1994) ; *Câmpul universitar şi actorii săi* (1995) ; *Minoritari, marginali, excluşi* (1996) ; *Psihosociologia schimbării* (1997) ; *Aspecte psihosociale ale sărăciei* (1998). Mai mulţi colegi din laboratoare similare consideră Iaşiul o placă turnantă pentru întâlnirile psihosociologilor din vestul şi estul Europei.

A mai fost modulul de studii aprofundate în psihologie socială, continuat cu cele două masterate : *Relaţii umane şi comunicare* şi *Analiză şi intervenţie în in-grupuri şi organizaţii*, care au livrat pe piaţa muncii câteva generaţii de specialişti. Şcoala doctorală în psihologie socială a devenit un centru de dezbateri care a dezvoltat o linie de formare şi a impus standarde de calitate în cercetarea psihosociologică.

În România interbelică s-au impus grupurile de cercetare care şi-au publicat lucrările la diverse edituri sau în colecţii şi care au avut reviste proprii. Au rămas în memoria colectivă Şcoala de Sociologie de la Bucureşti, iniţiată de Dimitrie Gusti şi dirijată cu ajutorul unor colaboratori devotaţi ca H.H. Stahl şi Traian Herseni, sau Institutul de Psihologie de la Cluj, de care şi-au legat numele Florian Ştefănescu-Goangă şi Nicolae Mărgineanu, pentru că au publicat şi difuzat rodul cercetărilor întreprinse. Aceste modele am urmat atunci când am iniţiat la editura Polirom două colecţii de psihologie. S-au publicat aici monografii, volume tematice, manuale universitare, de autori români sau traduceri (la ora când redactez acest text, sunt publicate peste cincizeci de cărţi în colecţiile „Collegium" şi „Psihologie aplicată"). Însă cele mai multe au fost scrise de autori ieşeni şi reprezintă rodul „febrei" care a cuprins acest colţ de ţară în ultimii ani, fie ei tineri sau mai puţin tineri. Revista *Psihologie socială* a împlinit cinci ani de existenţă – aici au apărut nu numai studiile membrilor laboratorului ieşean, dar şi cele ale colegilor din celelalte centre importante din ţară, precum şi din laboratoare similare din întreaga Europă.

Un ultim cuvânt despre colaboratori şi prieteni. Ni s-au alăturat câţiva colegi de la Bucureşti, Cluj-Napoca şi Timişoara, le-au urmat cei din jurul lor, asistenţi şi cercetători, doctoranzi şi studenţi. De câţiva ani, grupul ieşean s-a mărit şi a atras în relaţii de cooperare cercetători în psihologia socială din întreaga ţară. Colegii din Moldova de peste Prut au avut şi au întotdeauna uşi deschise la Iaşi, iar profesorii ieşeni se găsesc adesea în amfiteatrele de la Chişinău şi Bălţi.

Din cele spuse până acum rezultă, credem, un lucru clar : manualul de faţă nu vine pe un teren gol. Ogorul este fertil, iar autorii pot acum prezenta, alături de teorii şi paradigme cunoscute, rezultatele propriilor cercetări. Fiecare dintre autori şi-a asumat capitole şi domenii în care s-au ilustrat prin cercetări personale, realizate cu prilejul redactării unor teze de doctorat sau făcute cunoscute prin cărţile şi studiile publicate, în spatele fiecărui capitol aflându-se câţiva ani de muncă.

Manualul de faţă se adresează tuturor studenţilor, profesorilor, cercetătorilor şi practicienilor care studiază psihologia socială : psihologi, sociologi, pedagogi, asistenţi sociali, politologi, specialişti în comunicare, jurnalişti, economişti, jurişti. Fiecare dintre aceştia va putea găsi ceva interesant. Le vom rămâne îndatoraţi celor care ne vor semnala teme care şi-ar putea găsi locul într-o eventuală nouă ediţie.

Suntem conştienţi că nu am reuşit să realizăm tot ce ne-am propus. Deşi s-au elaborat norme riguroase de redactare, există încă diferenţe semnificative de concepţie şi stil între capitole. Suntem conştienţi de faptul că există încă multe aspecte care ar trebui completate sau definitivate. Supunem examenului critic această încercare, iar la următoarea ediţie vom îndrepta tot ce nu am reuşit acum.

Nu în ultimul rând, mulţumim colegilor de la Bucureşti şi Cluj, care se prezintă la acest examen alături de noi. Sperăm ca studenţii şi doctoranzii lor să fie tot atât de exigenţi ca şi ai noştri.

Mulţumesc colegilor Dorin Nastas şi Mihai Curelaru, care au elaborat normele de redactare ale acestui manual. Domnului Nastas îi sunt îndatorat şi pentru rigoarea cu care a asigurat secretariatul tehnic al volumului.

Adrian Neculau

Iaşi, 14 februarie 2003

Secţiunea I

INTRODUCERE ÎN PSIHOLOGIA SOCIALĂ

- ***Ce este psihologia socială ?***
- ***O istorie succintă a psihologiei sociale***
- ***Metode şi tehnici de cercetare în psihologia socială***

Ce este psihologia socială?

Adrian Neculau

Psihologia socială este o disciplină de hotar. Ea își revendică teritoriul aflat la intersecția psihologiei cu sociologia, preluând ceea ce este social în psihologia generală și ceea ce este psihologic în sociologie. Ea articulează cele două discipline, dar nu ignoră nici cercetările din antroplogie, politologie sau psiholingvistică. Este – cum spune S. Moscovici – o știință-punte. Dacă s-ar apleca doar asupra individului sau ar studia numai socialul, disciplina noastră și-ar pierde caracteristicile distinctive.

Domeniul nostru nu este nici individul, ca unitate separată, dar nici grupurile sau organizațiile, ca structuri sociale autonome, ci *interacțiunea umană*, fie că urmărim elementele de stabilitate și schimbare ale acestui proces, fie că suntem preocupați de apariția unor noi forme și modele ale interacțiunii. Septimiu Chelcea crede că specificitatea domeniului nostru, precum și elementele ce diferențiază psihologia socială de științele înrudite – ca sociologia sau antropologia – ar putea rezulta din modalitatea de abordare a fenomenelor și proceselor psihosociale. Iată întrebările pe care ar trebui să ni le punem: Cum și cu ce rezultate se soldează intreracțiunea comportamentală? Cum influențează comportamentul meu acțiunea celorlalți? Cum modifică activitatea mea prezența altuia? Care este mecanismul? Ce rezultă din prezența laolaltă a oamenilor? Ce efecte au asupra unui individ comportamentele trecute ale altora?

Dacă vom spune că psihologia socială studiază individul plonjat în social, aflat în interacțiune cu alții, încă nu vom putea surprinde complexitatea acestui proces. Socialul poate prezenta adesea disfuncții grave, trăsături de anormalitate, iar individul care funcționează „normal” în acest social deficient poate încorpora, la rândul său, caracteristicile sitemului, legitimând rutina, preluând stereotipii sau distorsiuni inferențiale. Socializat, integrat într-un social cu carențe, individul se prezintă, la rândul său, ca un subsistem deficient. El funcționează normal numai atunci când recreează activ implicarea sa instituțională și când examinează critic rețeaua sa de relații cotidiene. Serge Moscovici a exprimat perfect satisfăcător paradoxurile procesului interacțional: psihologia socială studiază *opoziția* dintre individ și societate, *conflictul* permanent dintre cele două entități – și exemplifică: rezistența la presiunile conformiste ale majorității; opoziția dintre lider și grupul său; deviațiile prin raportare la ortodoxia funcțională; discuțiile dintr-un grup în vederea obținerii unei decizii; captarea unui individ de către mase.

Orice manual de psihologie socială am deschide, observăm că aceasta atribuie individului socialmente inserat, determinat de reguli şi practici sociale, un spaţiu privilegiat. Omul este întotdeauna plasat într-o *situaţie* specifică, articulând trăsăturile sale individuale la o realitate socială concretă. Omul psihologiei sociale, aflat mereu în interacţiune cu alţii, se prezintă ca un om intrasituaţional, poziţionat social şi ideologic. El este un *om relaţional*, deoarece se găseşte în raporturi de comunicare şi interacţiune cu alţii sau cu grupuri concrete ca familia, colegii de joacă sau de muncă, dar şi cu mediul cultural-ideologic în care evoluează. În tot ceea ce întreprinde, individul se plasează într-o continuă negociere a poziţiilor şi relaţiilor sale, a credinţelor şi reprezentărilor sale sociale. Putem spune din nou, cu Serge Moscovici: *psihologia socială este ştiinţa fenomenelor de ideologie* (cogniţii şi reprezentări sociale) *şi a fenomenelor de comunicare*.

Identitatea noastră se interferează cu alte identităţi : schimbăm idei, sentimente, judecăţi cu cei din jur, influenţăm sau suntem supuşi unui control social, exercitat de instituţii sau indivizi. Realitatea fiecăruia dintre noi este o realitate conflictuală, marcată de tensiuni şi jocuri de influenţe, de o continuă luptă între ordine şi dezordine, constrângere şi libertate, de opoziţii între păreri, stiluri, sentimente, convingeri. Conflictul între individ şi societate nu exclude însă armonia provizorie sau chiar pacificarea durabilă. Specific psihologiei sociale este faptul că abordează *concomitent* ambii termeni ai cuplului **individ – societate**, renunţând la separare, la obişnuinţa de a-i trata ca realităţi autonome. Confruntarea între idei, credinţe, valori, reprezentările pe care le avem despre acestea determină şi reglează interacţiunile sociale.

Subiectul (individual sau colectiv) şi obiectul (social sau nu, real sau imaginar) determină, prin interacţiunea lor, posibilitatea de a identifica trei câmpuri de analiză: subiectul individual (Ego), subiectul social (Alter) şi obiectul (fizic, social, imaginar sau real). Fiecare nivel de analiză – scrie profesoara franceză Ewa Drozda-Senkowska – intervine într-un alt mod în organizarea percepţiei, a experienţelor şi condiţiilor. La nivel intraindividual, analiza se centrează pe mecanismele proprii de tratare a informaţiei ; la nivel interindividual, pe dinamica relaţională dintre indivizii aflaţi într-o situaţie dată ; la nivel poziţional, pe diferenţele de poziţii sociale între indivizi sau grupuri ; şi, în fine, la nivel ideologic, pe sistemele de norme, idei, credinţe ale indivizilor şi grupurilor. După cum se vede, ne găsim într-o situaţie paradoxală: deşi obiectul psihologiei sociale este omul concret, situaţionat, articulat unei realităţi, bombardat cu producţia ideologică şi culturală a unui context social dat, ştiinţa noastră se afirmă ca un corpus de cunoştinţe teoretice, ca o preocupare de a oferi paradigme, dezbateri conceptuale detaşate de concretul imediat, care adesea se sustrage normelor şi legităţilor metodologice. Această tentaţie a psihologiei sociale de a se ridica spre teorii şi paradigme, eludând realitatea contradictorie şi necontrolabilă, ne apare ca o sursă de tensiuni ce dau specificul ştiinţei noastre. Deocamdată, singura soluţie este coabitarea celor două direcţii de analiză, invitaţia la dialog şi cooperare. Cei interesaţi îndeosebi de dezbateri conceptuale şi de epistemologia experimentală sunt invitaţi să se aplece asupra realităţii, să coboare în stradă ; cei fascinaţi doar de fapte, de funcţionarea individului într-un concret specific, sunt chemaţi spre înălţimea generalizării.

Soluția autorilor de manuale este identificarea și descrierea nivelurilor posibile de analiză, fie urcând dinspre individ spre grupuri și mase, fie coborând de la legitățile construirii socialului spre omul concret. Să luăm un exemplu. În psihologia socială, crede R. Vallerand (1994), nivelurile de analiză pot fi grupate astfel:

Nivelul 1: analiză intrapsihică (exemple: disonanța cognitivă, atribuirea eului)
Nivelul 2: procesele interpersonale (exemple: percepția altuia și atracția interpersonală)
Nivelul 3: interacțiunea dintre individ și grup (exemple: conformarea la așteptările grupului, facilitarea socială)
Nivelul 4: relațiile intergrupuri (exemple: competiția-cooperarea intergrupuri, schimburile între grupuri).

Dacă acceptăm un asemenea model de analiză, identitatea psihologiei sociale trebuie căutată în efortul de a descrie, explica și face să funcționeze social fiecare individ. Ea nu oferă soluții sau rețete asupra modului în care ar trebui să ne organizăm viața și nici nu etichetează stiluri sau modele, nu cere adeziune. Ea oferă modalități de cunoaștere și interpretare a unor fenomene importante cum ar fi influența și schimbarea atitudinilor, conformismul și supunerea, persuasiunea, prejudecata, iubirea sau agresiunea, difuzând o cultură psihosociologică specifică.

Când spunem că psihologia socială studiază relațiile, interacțiunile sociale și schimburile dintre indivizi, desigur, plasăm individul ca element central într-un sistem relațional, interindividual. Definiția dată de Floyd H. Allport (1924) rămâne de referință: „Psihologia socială are ca obiect de studiu relațiile reale sau imaginare între persoane, într-un context social dat, de natură să afecteze persoana implicată în această situație dată". Câteva decenii mai târziu, fratele său, G. Allport (1968), consideră că „psihologia socială încearcă să explice în ce mod gândurile, sentimentele și comportamentele individului sunt influențate de prezența imaginară, implicită sau explicită a altora". El pune accentul pe persoană (sentimentele sau atributele sale cognitive) ca prezență directă: altul ca sursă de influențare a comportamentelor noastre.

Interacțiunea nu este un obiect privilegiat doar al psihologiei sociale. Interes pentru acest domeniu manifestă și sociologia, politologia sau antropologia. Psihologia socială propune însă două repere distincte cu ajutorul cărora putem identifica specificul acetui tip de abordare: a) *unitatea de analiză* – entitatea studiată este individul ca actor sau grupul în relație cu alți actori sau grupuri; b) *baza de explicație* – dacă sociologia și politologia urmăresc îndeosebi structurile organizaționale, distribuția puterii, ierarhia care influențează individul, psihologia socială este preocupată de procesele interioare ale acestuia, centrul său principal de interes fiind individul în interacțiune.

Interacțiunea – trebuie să subliniem mereu acest lucru – este un obiect privilegiat al schimburilor sociale. Jacques-Philippe Leyens a spus-o deosebit de plastic: putem considera că psihologia socială tratează dependența și interdependența conduitelor umane. Avem de-a face cu o influență reciprocă, cantitativă sau calitativă, și nici măcar nu este necesar ca partenerii să fie prezenți fizic. E de ajuns să ni-l reprezentăm pe altul pentru a ne afla în plină psihologie socială. Dar de fapt nu e suficient. Încă F.H. Allport a subliniat că interacţiunea trebuie plasată într-un *context* mai larg, care favorizează schimbul. Contextele pot avea caracteristici sociale, culturale, ideologice, economice care valorizează interrelaţia sau o pot limita, strangula, bloca. Interacţiunea se poate prezenta ca învăţare socială, ca supunere şi îndoctrinare, ca o situaţie de controlare a celuilalt. Reacţia comportamentală trebuie interpretată în funcţie de trăsăturile contextului social care creează condiţiile de desfăşurare.

În prefaţa la traducerea în limba română a cunoscutului manual de *Psihologie socială experimentală* de Doise, Deschamps şi Mugny (Polirom, Iaşi, 1996), am subliniat faptul că psihologia socială nu este o simplă ştiinţă a diagnosticului, constatativă. Terenul său de acţiune – interacţiunea într-un context dat – a împiedicat-o să devină o disciplină „neutră". Ca trăsătură caracteristică, psihologia socială şi-a adjudecat dinamicitatea, acţiunea, capacitatea de a interveni în desfăşurarea evenimentelor. Cine se ocupă de faptele şi fenomenele produse de viaţa socială şi de agenţii vieţii sociale nu poate fi „echidistant". Toate aspectele morfologice ale organizării grupurilor sociale (chiar volumul, densitatea, dispoziţia ecologică a indivizilor în structuri, dar mai ales distribuţia puterii, diviziunea sarcinilor), tehnicile interacţionale utilizate de indivizi, sistemele lor de valori, cadrele de referinţă colectivă sunt atinse de o aripă ideologică. Orice analiză sau luare de poziţie înseamnă opţiune. La rândul lor, subiecţii sociali se întâlnesc în comportamente sociale variate: influenţă, dominare, dependenţă, devianţă, conformism, polarizare. Deci nu putem analiza comunicarea între indivizi decât considerându-i în contextul social în care se mişcă, actori sociali „condiţionaţi" de caracteristicile sociale şi ideologice ale mediului lor. Chiar istoria personală trebuie plasată într-un cadru social, biografia fiecărui subiect social fiind situaţională, contextuală.

Sursele de inspiraţie ale psihologiei sociale – consideră, pe bună dreptate, Drozda-Senkowska – sunt oferite de societate. Ideologia dominantă, într-un spaţiu dat şi într-o epocă dată, comportamentele cotidiene ale indivizilor şi grupurilor umane au orientat direcţia cercetărilor psihosociologilor. De exemplu, preocuparea pentru creşterea randamentului în muncă a inspirat celebrele investigaţii ale lui E. Mayo şi ale colaboratorilor săi asupra grupurilor mici, imigraţia masivă în Statele Unite a stimulat studiile asupra atitudinilor, identităţii psihosociale, stereotipurilor şi prejudecăţilor, pulsiunea nazistă a relansat cercetările asupra influenţei şi supunerii. Schimbările din Europa de Est au deschis şi ele direcţii noi de cercetare, unele nebănuite. În prefaţa la manualul nostru din 1996, Serge Moscovici crede că una dintre sarcinile actuale ale psihologiei sociale este să studieze schimbările sociale şi culturale din ţările Europei de Est. Vor avea un viitor, se pare, prin aportul celor din Est, cercetările în domeniul psihologiei colective, al memoriei sociale şi al reprezentărilor sociale. Evoluţia acestor câmpuri de cercetare în România, în ultimii ani, confirmă previziunea lui Moscovici. Trebuie să credem în cuvintele sale profetice: „Pentru numeroase motive asupra cărora nu mă opresc aici, viitorul majorităţii ştiinţelor umaniste se joacă, paradoxal, în Europa de Est. Trebuie să cooperăm şi să fim legaţi de ele, binecuvântând această posibilitate. Fără nici o ezitare, afirm că în aceste țări există o pepinieră de noi talente care se pot simți atrase de domeniul nostru. Acesta va fi locul unde vor fi testate teoriile noastre și metodele de tratare a noului și necunoscutului".

Este acum momentul să acordăm spațiu unei dispute care revine adesea în discuție când ne raportăm la modelele de abordare ale disciplinei noastre : *psihologie socială* sau *psihosociologie* ? În mediile universitare, dominantă este prima direcție de cercetare. Influențată de cercetările experimentale și de aportul cognitivismului, psihologia socială s-a dezvoltat ca o știință a normelor, legităților, regularităților de funcționare ale individului în social. Psihosociologia și-a arendat studiul particularităților individului în raporturile cu altul, respectând singularitatea și capacitatea de evoluție și de învățare a fiecăruia, punând accent îndeosebi pe procese și mai puțin pe stări, subliniind fenomenele afective, inconștiente care influențează conduitele și reprezentările individuale și colective. Psihosociologia – de inspirație clinică – este preocupată de relațiile intrapsihice, de disfuncțiile structurilor și unităților sociale, de dinamicile grupurilor și instituțiilor, de modificările psihice ale actorilor sociali aflați în relații tensionale (conflicte, excluderi, marginalizare). În centrul psihosociologiei stă individul care suportă consecințele distorsiunilor, analizează tensiunile interpersonale, alianțele și rupturile, contradicțiile și deconstrucțiile. Psihosociologia se raportează mereu la contextul cultural, politic, economic sau social în care evoluează actorii sociali. În prefața unui recent *Vocabulaire de psychosociologie* se identifică și momentele de schimbări sociale profunde care au marcat producția ideologică a epocii în Franța și a necesitat intervenția psihosociologiei : criza care a precedat al doilea război mondial ; anii de război și reconstrucția de după război ; contestațiile sociale din anii '60 ; criza economică, socială și morală contemporană. Dacă ar fi să încercăm o paralelă cu situația noastră, nu am putea identifica aceleași momente. Evoluția societății românești a cunoscut o altă turnură, iar actorii sociali au fost obligați să se alimenteze din alte surse de informații și să „învețe" alte tipuri de scheme cognitive și practici sociale. Să enumerăm câteva momente ușor de identificat : criza de după război și instalarea comunismului stalinist ; încercarea de recâștigare a identității în perioada de destindere ; criza economică și ideologică din ultima perioadă a totalitarismului ceaușist ; schimbarea din '89 și anii tranziției. Sunt evoluții și schimbări sociale profunde, care nu pot fi ignorate sau tratate prin aplicarea unor paradigme de cercetare născute în alte contexte.

Pentru unii cercetători (vezi E. Enriquez, 1983), psihosociologia are și o vocație acțională, chiar militantistă. Ea se plasează în centrul discuției despre democrație și comportament cetățenesc, salută apariția fenomenelor de solidaritate și viață comunitară, favorizează afirmarea respectului pentru altul și accesul la autonomie personală, demontează birocrația și mecanismele mortificate, propune proiecte de ameliorare. Psihosociologul are deci responsabilități în proiectele de redresare socială.

Demersul psihosociologului nu este doar *cunoașterea*, ci și acțiunea, organizarea proiectelor de *schimbare* a unor situații inadecvate, *intervenția* asupra câmpului social. Noul discurs al psihosociologului se definește prin depășirea modelelor descriptive şi/sau explicative şi adoptarea unei perspective intrate de mult în patrimoniul ştiinţelor sociale : *cercetarea-acţiune*. El nu se mai poate rezuma la a descrie obiecte sau stări, ci este preocupat de *procese*, *fenomene* şi *fapte*, de evoluţia actelor, interacţiunilor, influenţelor, schimbărilor, de personalitatea în situaţie, în context social.

Existenţa colectivă, grupările şi organizaţiile care se formează, se recompun şi descompun, masele conduse de ideologii sau de grupuri de autoritate şi putere, structurile organizate, dar şi agregatele dirijate afectiv (greve, proteste, demonstraţii) nu sunt mai puţin interesante. Mişcările sociale pot şi ele inspira studii captivante.

În finalul acestui text ne putem pune întrebarea : la *ce* şi *cui* serveşte psihologia socială astăzi ? Profesioniştii disciplinei sunt adesea tentaţi să considere că întreaga viaţă socială, precum şi comportamentele persoanelor pot fi abordate dintr-o perspectivă psihosociologică. Din exterior lucrurile se pot vedea şi altfel : axaţi exclusiv pe experimente de laborator, psihologii sociali au tăiat legăturile cu viaţa socială reală, s-au organizat într-o confrerie (sectă ! ?) suficientă sieşi, nu scriu decât pentru un grup de iniţiaţi. Sunt nişte tehnicieni puţin preocupaţi de treburile sociale ale cetăţii şi ar merita tratamentul pe care Platon îl rezerva poeţilor. În prefaţa lui S. Moscovici, la care ne-am referit mai sus, acesta îşi invită confraţii la consacrarea energiilor şi intereselor pentru „înţelegerea marilor probleme ale Europei la acelaşi nivel cu alte ştiinţe umaniste". Avertismentul său este deosebit de ferm : dacă evităm problemele reale, urgente, acute ale lumii contemporane, „poziţia noastră pe harta ştiinţifică va suferi şi marginalizarea noastră e sigură. Vor fi tot mai puţini cercetători care să se preocupe de ceea ce se întâmplă în psihologia socială şi care să caute să dialogheze cu noi".

Preocupaţi de aceeaşi problemă – la ce serveşte astăzi psihologia socială –, coordonatorii unui volum de studii pe această temă (Guingouain şi Le Poultier, 1994) identifică trei explicaţii pentru a înţelege slăbiciunile psihologiei sociale aplicate : a) este puţin vizibilă (sau accesibilă), pentru că transferul de tehnologie este îngreunat de stilul ermetic al acestor studii ; b) câmpul academic nu recunoaşte şi nu valorizează investigaţiile de teren, singurele cercetări consacrate fiind cele realizate în laboratoarele din universităţi ; c) adeseori, cercetările psihosociologilor ajung la concluzii evidente, accesibile oricui, care ţin de bunul-simţ.

În faţa atâtor dileme nu poate exista decât un singur răspuns : articularea modelelor teoretice la faptele empirice, achiziţionarea unor competenţe teoretice şi practice utilizabile în intervenţii – în organizaţii, în colectivităţi locale, în câmpul social în sens larg.

Bibliografie

Barus-Michel, J. ; Enriquez, E. ; Levy, A. (2002). *Vocabulaire de psychosociologie*. Ramonville Saint-Agne : Eres.

Chelcea, S. (2002). *Un secol de cercetări psihosociologice. 1897-1997*. Iaşi : Polirom.

Gergen, K.J. ; Gergen, M.M. ; Jurats, S. (1992). *Psychologie sociale*. Québec : Vigot.

Drozda-Senkowska, E. (1996). Mais qu'est-ce qu'au juste la psychologie sociale ? . În Claude Tapia (ed.). *Introduction à la psychologie sociale*. Paris : Les Éditions d'organisation.

Enriquez, E. (1983). Éloge de la psychosociologie. *Connexions*, 42.

Guingouain, G. ; Le Poultier, F. (1994). *A quoi sert aujourd'hui la psychologie sociale ?*. Campus de la Harpe : Presses Universitaires de Rennes.

Leyens, J.-Ph. (1979). *Psychologie sociale*. Liège : Mardaga.

Moscovici, S. (ed.) (1984). *Psychologie sociale*. Paris : PUF.

Moscovici, S. (1992). „Presentation", articol introductiv la numărul tematic „Nouvelles voies en psychologie sociale". *Bulletin de psychologie*, 405.

Neculau, A. (coord.) (1996). *Psihologie socială. Aspecte contemporane*. Iaşi : Polirom.

Vallerand, R.J. (1994). *Les fondements de la psychologie sociale*. Montréal, Paris : Gaetan Morin.

O istorie succintă a psihologiei sociale

Septimiu Chelcea, Ştefan Boncu

Psihologia socială este un produs al societăţilor industriale din Vest: născută în Europa Occidentală, ea a fost exportată în Statele Unite, unde şi-a consolidat statutul de ştiinţă şi de unde a fost importată la jumătatea secolului XX în Europa de Vest. Restul lumii şi-a asumat mai degrabă rolul de „consumatori de psihologie socială" sau de „subiecţi de experiment". Această realitate relevată cu privire la psihologie în general este, după opinia noastră, cu atât mai evidentă în domeniul psihologiei sociale. Mai cu seamă în acest domeniu, s-a produs un fenomen de „aculturaţie ştiinţifică", de export-import de psihologie socială americană, mai întâi în Europa de Vest – imediat după al doilea război mondial –, apoi în ţările Lumii a Treia şi, după 1965, în fostele state comuniste.

Constituirea şi evoluţia psihologiei sociale au generat puncte de vedere divergente. În textul de faţă, susţinem ideea potrivit căreia psihologia socială ca domeniu ştiinţific de cunoaştere se naşte o dată cu aplicarea experimentului riguros controlat şi cu asocierea la datele experimentale ale unui model explicativ. Periodizarea istoriei psihologiei sociale este şi ea controversată (vezi Chelcea, 1999). A pune problema perioadelor de evoluţie înseamnă a recunoaşte implicit existenţa unei ştiinţe unitare despre interacţiunea comportamentală şi a unei logici unitare de dezvoltare a acesteia. Ca ştiinţă, psihologia socială nu poate fi decât universală: nu poate să vizeze decât generalul, ceea ce este logic în producerea fenomenelor, cauzalitatea, dincolo de circumstanţialitate. Recunoscând caracterul oarecum artificial al oricărei periodizări a evoluţiei în orice domeniu de cunoaştere şi riscul de a judeca dezvoltarea unei ştiinţe prin prisma unor informaţii totdeauna limitate, propunem următorul tablou integrator al dinamicii psihologiei sociale în plan mondial. Credem că în evoluţia psihologiei sociale universale s-ar putea decupa un număr de cinci etape: 1) preistoria (sec. al VI-lea î.Hr. – sec. al XIX-lea); 2) fondatorii (1880-1934); 3) perioada clasică (1935-1960); 4) perioada modernă (1961-1989); 5) perioada contemporană (după 1990).

1. Preistoria psihologiei sociale

Dacă istoria propriu-zisă a psihologiei sociale începe în mod oficial la sfârșitul veacului al XIX-lea, preistoria acestei discipline acoperă un interval mult mai extins. Numim preistorie răstimpul în care psihologia socială a fost o ramură a filosofiei – sau, în orice caz, a fost scrisă de adepții metodei speculative. Elemente de psihologie socială pot fi ușor detectate în gândirea socială a marilor filosofi. Întrucât astfel de intuiții despre natura socială a omului nu sunt sistematizate și sunt foarte departe de maniera actuală de conceptualizare, recuperarea lor reprezintă în bună măsură un travaliu de interpretare.

Idei de psihologie socială se regăsesc în opera înțelepților și filosofilor din cele mai vechi timpuri. În „Legile lui Manu”, de exemplu, un cod de legi civile și religioase elaborat în India, anterior secolului al VI-lea î.Hr., întâlnim probabil cea mai veche expunere a organicismului, doctrină conform căreia societatea este constituită după planul unei ființe vii: unii indivizi reprezintă gura, alții brațul, alții alcătuiesc coapsa etc. Și în China antică, în învățăturile lui Confucius (aproximativ 551-479 î.Hr.), apar idei cu încărcătură psihosociologică despre societate (conducerea armonioasă) și despre individ (perfecționarea personalității), ca și despre tradiții ca fundament al societății. După Confucius, prietenia și echitatea constituie valori cardinale.

În Grecia antică își află originea gândirea filosofică și științifică europeană. Platon (427-347 î.Hr.), părintele filosofiei europene, a avut în fond o concepție utilitaristă: indivizii se alătură grupurilor pentru a-și îndeplini anumite scopuri, imposibil de realizat altminteri. Pentru el, tendința de a trăi împreună cu alții este înnăscută. Platon a crezut în primatul statului în fața individului. Acesta din urmă, pentru a deveni realmente o ființă socială, trebuie educat sub supravegherea autorităților. Cât despre concepția aristotelică, aceasta susține că natura umană este socială prin ea însăși. Aristotel (384-322 î.Hr.) numește omul cu expresia faimoasă „zoon politikon” și pe această temelie se clădesc relațiile interpersonale, familia, comunitatea și statul. Ideile celor doi filosofi antici au dat naștere la două tradiții de gândire: pe de o parte una de esență socială, în care se evidențiază aportul structurilor sociale în ceea ce privește conduita individuală; iar pe de altă parte, o gândire de orientare individualistă, în care preponderent este rolul proceselor individuale; socialul emerge de fapt din acestea.

În epoca modernă, la filosoful englez Thomas Hobbes (1588-1679) regăsim dezvoltată concepția contractualistă aflată în germene în *Republica* lui Platon. Printr-un contract social, fiecare individ beneficiază de protecție în fața eventualelor atacuri egoiste ale celorlalți. Principala forță ce animă indivizii o reprezintă dorința de putere, care duce la „războiul tuturor împotriva tuturor”. În aceste condiții, numai statul poate armoniza interesele opuse, silindu-i pe oameni să se supună puterii sale. Pe coperta operei capitale a lui Hobbes, *Leviathan, sau materia, forma și puterea* *stat eclesiastic și civil*, publicată în 1651, statul este înfățișat ca o ființă gigantică.

alcătuită din oameni. Gordon Allport (1968) a lăudat analizele subtile ale autorului englez asupra motivației sociale.

Tot pe pământ britanic a apărut, la mai bine de o sută de ani după Hobbes, o concepție bazată pe motivația individuală : hedonismul lui Jeremy Bentham (1748-1832). Potrivit acestui filosof, prin tot ceea ce face, omul urmărește să obțină plăcerea. Bentham a căutat rigurozitatea : el face o taxonomie a plăcerilor, le înșiră calitățile și declară că pot fi măsurate. Pentru a împăca evidenta contradicție dintre interesele hedoniste ale diverșilor indivizi, el fundează o etică, postulând că indivizii trebuie să urmărească și amplificarea plăcerii celorlalți, iar statul să faciliteze „cel mai mare bine cu putință pentru cât mai mulți".

Până în pragul veacului al XIX-lea, gândirea socială europeană conturase ideea primatului socialului. Prin intermediul legilor, statul reglează interacțiunile dintre indivizi, urmărind pacea și progresul. Pentru cel mai de seamă filosof german, Georg Wilhelm Friedrich Hegel (1770-1831), statul nu este numai forma supremă de societate, ci încoronarea spiritului social obiectiv, la care spiritele individuale sunt participante active. Din opera lui Hegel au derivat concepțiile psihosociale despre spiritul de grup (*group mind*).

În celebrul capitol asupra istoriei psihologiei sociale din *Handbook of Social Psychology*, publicat aproape neschimbat în toate cele trei ediții, Gordon W. Allport (1968) consideră că întemeietorul pozitivismului, Auguste Comte (1798-1857), este cel care a intuit necesitatea unei științe a individului în societate. În viziunea filosofului francez, pozitivismul constituie un sistem filosofic ce implică un model al progresului cunoașterii umane de la un stadiu teologic, trecând printr-un stadiu metafizic, spre un stadiu științific. În ultimul stadiu, fenomenele sunt considerate reale și certe, iar cunoașterea este descrierea acestor fenomene, a ordinii lor temporale și spațiale în termeni de constante și variații. În 1839, în *Cours de philosophie positive*, Auguste Comte a propus termenul de „sociologie" pentru știința societății. Filosoful francez a anticipat și cariera științifică a psihologiei și a psihologiei sociale. Deși termenul „psihologie" exista pe vremea sa, el a preferat să numească *la morale positive* știința comportamentului uman. În concepția lui, există trei clase de fenomene ce urmează a fi abordate în stadiul științific al evoluției omenirii : fenomenele biologice, fenomenele morale sau individuale și fenomenele sociale sau colective. Dacă sociologia se interesa de ultimele, *morala pozitivă* ar avea în vedere cea de-a doua clasă de fenomene. Se poate aprecia că Auguste Comte este heraldul transformării pozitiviste a cunoașterii. În ceea ce privește psihologia și psihologia socială, el a avut dreptate. Curând după dispariția sa, aceste domenii spirituale aveau să sufere o prefacere radicală.

În spațiul culturii germane, în 1860 își începe apariția (care va continua până în 1890) revista *Zeitschrift für Völkerpsychologie und Sprachwissenschaft*, sub conducerea lui Moritz Lazarus și Hermannn Steinthal. Cei doi, un antropolog și un filolog, considerau că sufletul unui popor, supraindividual, se manifestă prin limbă, mituri și obiceiuri, astfel că prin studiul culturii se poate ajunge la psihologia popoarelor (*Völkerpsychologie*). Cel care ilustrează însă exemplar această orientare este Wilhelm Wundt (1832-1920), fondatorul primului laborator de psihologie experimentală. În intervalul 1900-1920, el publică zece volume intitulate *Völkerpsychologie : eine Untersuchung des Entwicklungsgesetze von Sprache, Mythus und Sitte*, vastă lucrare de istorie comparată a culturii, în care sunt aduse în discuţie numeroase elemente de etnografie. Wilhelm Wundt considera că psihologia socială trebuie să studieze sufletul colectiv, care are tot atâta realitate cât şi sufletul individual, acesta din urmă înţeles ca „totalitate a trăirilor interioare".

2. Fondatorii

Concepţiile înfăţişate până acum nu sunt propriu-zis psihosociale, deşi unele au o legătură strânsă cu maniera contemporană de a teoretiza. În cea de-a doua jumătate a veacului al XIX-lea, gândirea psihosocială, pe fundamentul căreia se va construi psihologia socială modernă, este tot mai mult influenţată de filosofia pozitivistă şi de ştiinţele sociale deja constituite ori pe cale de a se constitui.

În lucrarea *Legile imitaţiei* (1890), Gabriel Tarde (1843-1904) consideră imitaţia ca fiind elementul esenţial al vieţii sociale. Imitaţia asigură difuzarea noului care se produce prin invenţii. Imitaţia-tradiţie asigură legătura dintre generaţii, iar imitaţia-modă, legătura în cadrul aceleiaşi generaţii. La Tarde, imitaţia are un sens foarte larg : „Există imitaţie ori de câte ori există acţiunea la distanţă a unui spirit asupra altuia". Fenomenul imitaţiei i-a preocupat pe mulţi psihologi sociali după 1950.

Ideea imitaţiei prin contagiune, lansată de Gabriel Tarde, o regăsim şi la Gustave Le Bon (1841-1931), fiind pusă, cu valoare negativă, la baza modificărilor comportamentului indivizilor în starea de mulţime. În viziunea acestui autor, a cărui concepţie este foarte importantă pentru constituirea psihologiei sociale, procesele intelectuale ale indivizilor în starea de mulţime ar fi întunecate de instincte şi afecte, care se amplifică prin contagiune mintală (*Psihologia mulţimilor*, 1895).

În tradiţia americană, experimentul desparte ştiinţa de eseistică. Cu experimentul începe istoria ştiinţei despre interacţiunea comportamentală. Psihologii sociali americani Sharon S. Brehm şi Saul M. Kassin (1990) leagă începuturile psihologiei sociale de aplicarea experimentului în domeniu, astfel că actul de naştere a psihologiei sociale ar fi semnat de Max Ringelmann în anii 1880, când agronomul francez a încercat să măsoare performanţa individuală şi în grup pentru sarcini simple, cum ar fi forţa cu care este trasă o frânghie. El a descoperit astfel fenomenul care mai târziu va fi numit „frânare socială" (*social loafing*). Şi alţi psihologi sociali reputaţi se referă la experimentele agronomului francez ca la primele experimente din psihologia socială : Bibb Latané, de exemplu.

În ceea ce ne priveşte, acceptând că, după o preistorie de milenii, istoria psihologiei sociale începe cu primele studii experimentale, considerăm totuşi că îi revine psihologului american Norman Triplett meritul de a fi primul dintre fondatorii psihologiei sociale. Experimentele lui din 1897, ale căror rezultate au fost publicate în 1898, vizau tot influenţa socială, dar au pus în evidenţă fenomenul opus „frânării sociale", şi anume „facilitarea socială" – cum va fi denumit acest fenomen în 1924 de către Floyd Allport. Nu faptul că rezultatele experimentelor lui Max Ringelmann au fost comunicate lumii ştiinţifice cu o întârziere de aproximativ două decenii, în 1913, ne face să vedem în Norman Triplett pe primul psiholog social propriu-zis, ci constatarea că acesta nu numai că a controlat producerea unui fenomen în condiţii diferite, dar a şi propus un model teoretic explicativ pentru rezultatele experimentale obţinute – ceea ce nu este cazul cu Max Ringelmann.

Cu excepţia acestor două experimente, până la începutul secolului XX nu s-au întreprins cercetări empirice. Totuşi, conceptele referitoare la fenomenele psihosociale au devenit tot mai precise. Dacă luăm exemplul imitaţiei ori al reprezentărilor colective teoretizate de sociologul francez Émile Durkheim (1858-1917), progresul conceptual în raport cu scrierile filosofilor sociali nu poate fi tăgăduit. Tot acum şi-a făcut apariţia termenul *psihologie socială*. Potrivit lui Willem Doise (1995), primul care-l foloseşte este Carlo Cattaneo, în 1864. Titlul comunicării acestuia în faţa Academiei de Arte şi Ştiinţe a Lombardiei este *Dell'antitesi come metodo di psicologia sociale*. Cattaneo considera conflictul un concept fundamental al noii discipline. Puţin înainte de sfârşitul secolului (în 1898), vede lumina tiparului, la Paris, un volum al lui Gabriel Tarde intitulat *Études de psychologie sociale*. Pentru marele sociolog, psihologia socială urma să explice fenomenele sociale în termeni de imitaţie.

Dacă până la începutul secolului XX psihologia socială (în forma ei nesistematică şi neştiinţifică) s-a dezvoltat în Europa, în primul deceniu al noului veac începe etapa americană a evoluţiei sale. În ciuda faptului că în Europa apăruseră, cum am văzut, mai multe volume închinate psihologiei sociale, textele reţinute de istoriografia oficială drept texte fondatoare sunt două cărţi din 1908 ce au meritul de a cuprinde în titlu termenul „psihologie socială" : *An Introduction to Social Psychology*, de William McDougall şi *Social Psychology : An Outline and a Sourcebook* de Edward Ross. Primul text a fost publicat la Londra, dar psihologia socială americană şi l-a însuşit. În foarte multe manuale se consideră anul 1908 data de naştere a psihologiei sociale. Totuşi, nici unul dintre cei doi autori menţionaţi nu a influenţat în mod semnificativ istoria disciplinei.

Un nume important în primele decenii de viaţă ale psihologiei sociale ştiinţifice este cel al lui Floyd Allport (1890-1978). Acesta realizează numeroase cercetări psihosociologice, mai ales în paradigma facilitării sociale. El a publicat, în 1924, un manual de psihologie socială ce-şi întemeia sintezele în bună parte pe studii experimentale. Floyd Allport a căutat să impună o psihologie socială psihologică, în care accentul să cadă pe individ, pe procesele lui psihologice, şi nu pe societate ori pe grup. El îşi proclamă convingerile în prefaţa cărţii sale : „Psihologia socială nu trebuie plasată în contradicţie cu psihologia individului ; ea este o parte a psihologiei individului".

Floyd Allport a fost primul psiholog social adept al behaviorismului ; el s-a demarcat astfel atât de introspecţionism, cât şi de psihologia instinctivistă a lui McDougall. Această opţiune, precum şi convingerile lui individualiste şi psihologiste l-au determinat să devină un susţinător al metodei experimentale. Evaluând eforturile lui Allport, Carl F. Graumann notează : „Combinaţia abordare individualistă, punct de vedere behaviorist şi metodă experimentală a făcut din psihologia socială o disciplină ştiinţifică respectabilă" (Graumann, 1994, p. 14).

Cercetarea psihosociologică empirică a fost întărită în deceniul al treilea al secolului trecut de inventarea scalelor pentru măsurarea atitudinilor. Atât Louis L. Thurstone, cât şi Rensis Likert îşi dezvoltă acum ideile, demonstrând cu ingeniozitate că atitudinile, parametri psihici atât de subtili şi atât de inefabili, pot fi măsurate (astfel şi-a intitulat Thurstone unul dintre articolele publicate în *American Journal of Sociology* : „Attitudes can be measured"). „Anii '30, scrie Edward Jones, marchează începutul preocupării pentru studiul structurii şi funcţionării atitudinilor, pentru descrierea distribuţiei lor în diferitele clase şi grupuri sociale" (Jones, 1985, p. 61). În aceeaşi perioadă se pun bazele studierii opiniei publice, în 1935 înfiinţându-se, sub conducerea lui George Gallup, primul institut de sondare a opiniei publice (American Institute of Public Opinion).

3. Perioada clasică

În anii de dinaintea celui de-al doilea război mondial se poate constata o dezvoltare accelerată a ştiinţelor sociale în general : apar acum studii remarcabile de psihologie, sociologie, antropologie. Comportamentul social se bucură de o tratare realmente ştiinţifică. Psihologia socială va profita de aceste progrese mai cu seamă în timpul conflagraţiei mondiale.

Perioada clasică debutează în psihologia socială cu două experimente importante : cel realizat de Muzafer Sherif în 1935 şi cel efectuat de Kurt Lewin şi colaboratorii săi asupra climatelor de conducere (Lewin, Lippitt şi White, 1939). Cele două studii au demonstrat în mod magistral că fenomenele sociale complexe pot fi abordate utilizându-se experimentul de laborator. Aceste demersuri experimentale, precum şi cele care vor urma, beneficiază de dezvoltarea şi răspândirea designului experimental şi a analizei statistice (tot mai frecvent se face apel la testul *t* pentru a proba efectul manipulărilor şi, mai cu seamă după război, la analiza de varianţă).

Research Center for Group Dynamics, înfiinţat în 1943 sub conducerea lui Kurt Lewin (1890-1947), a jucat un rol foarte important la începutul perioadei clasice. Centrul insista asupra ingineriei sociale care, în viziunea lui Kurt Lewin, ar elibera energiile şi ar pune în valoare potenţialităţile umane, precum şi asupra tehnicilor de animaţie. Kurt Lewin a indicat psihologiei sociale adevărata ei vocaţie : o ştiinţă riguroasă, bazată pe experiment, dar şi pe tehnicile de anchetă, solidă din punct de vedere teoretic, având largi posibilităţi de aplicare. Dincolo de intuiţiile lui geniale şi de faimoasele demersuri experimentale, contribuţia majoră a lui Lewin a fost, cum scrie Edward Jones, „basically atmospheric".

Cel care va marca psihologia socială a deceniilor al VI-lea şi al VII-lea prin cercetările lui va fi Leon Festinger (1919-1989). Cele două teorii principale ale sale, teoria comparării sociale (1954) şi teoria disonanţei cognitive (1957), au influenţat munca unei întregi generaţii de psihologi sociali. Forţa acestor teorii provine, în bună parte, din faptul că sunt testabile empiric. Seria experimentelor destinate să le verifice şi să le completeze nu s-a încheiat nici astăzi.

Dacă Leon Festinger a aşezat psihologia socială pe făgaşul cercetării proce individuale aşa cum sunt ele influenţate de contextul social, aceasta nu înseam nicidecum că preocupările pentru studiul proceselor de grup a dispărut cu totul d graniţele disciplinei. Dinamica de grup lewiniană a avut suficient impact pentr ţine treaz interesul faţă de fenomenul grupal în anii următori. În deceniul al VI-le abundă cercetări despre scopurile de grup, comunicarea în interiorul grupului interacţiunea cooperativă în grup.

În afara teoriilor lui Festinger şi a studiilor asupra proceselor de grup, etap clasică ne apare dominată de alte patru orientări: cercetările lui Solomon Asc asupra conformismului (pe Milgram îl putem înţelege ca pe un continuator al lu Asch, după cum Asch însuşi este un continuator al lui Sherif), cercetările asupr percepţiei persoanei (iniţiate tot de Asch), cercetările lui Carl I. Hovland şi al colaboratorilor săi asupra schimbării de atitudine şi cercetările asupra situaţiilor cu motivaţie mixtă, multe dintre acestea din urmă realizate prin jocurile experimentale.

Solomon Asch (1907-1996) a fost un gestaltist, în tradiţia lui Kurt Lewin şi a lui Muzafer Sherif. Psihologii gestaltişti au studiat cu precădere percepţia, ghidându-se după ideea că întregul are proprietăţi diferite de suma părţilor. Aplicată în domeniul comportamentului social, această teorie afirmă că funcţionarea grupurilor nu poate fi explicată luându-se în calcul numai caracteristicile indivizilor care le compun. Gestaltismul a încurajat studierea fenomenelor mentale într-o vreme în care acest proces era greu de imaginat în alte ramuri ale psihologiei controlate de bahaviorism.

Masivul volum *Social Psychology* publicat de Asch în 1952 caută să impună abordarea gestaltistă în psihologia socială: societatea se alcătuieşte din relaţii între instituţii, grupuri etc., cu consecinţe psihologice la nivel individual. Experimentele asupra conformismului (Asch, 1956), de decenii la baza oricărui curs introductiv de psihologie socială, se cuvin înţelese din această perspectivă: individul simte nevoia să dea un sens experienţei sale perceptive, iar dacă alţii emit judecăţi eronate despre stimulii din mediu, el nu se va arăta receptiv la aceste presiuni şi va da un răspuns în acord cu evidenţa perceptivă. Este cunoscut faptul că Asch s-a văzut silit să renunţe la această ipoteză. Primele sale demersuri atestau, dimpotrivă, sensibilitatea individului la contextul social, acesta fiind corect sau incorect din punct de vedere obiectiv. Ideile lui Asch au fost repede preluate de alţi teoreticieni. Studiile asupra conformismului domină, ca număr, perioada clasică.

Fără îndoială, percepţia socială reprezenta un domeniu ce se preta la o abordare gestaltistă într-o măsură mai mare încă decât relaţia dintre individ şi grup. Asch s-a dovedit deosebit de ingenios atât în operaţionalizare (se studiază, de fapt, formarea primei impresii), cât şi în făurirea designului experimental (confruntarea subiecţilor cu informaţii diferite despre caracteristicile persoanei-ţintă). Eleganţa demonstraţiei lui a convins de viabilitatea acestei direcţii de cercetare.

Studiul atitudinilor, ce a debutat în perioda anterioară, a luat amploare în epoca clasică. Liderul Şcolii de la Yale, şcoală ce şi-a câştigat faima tocmai prin cercetarea schimbării de atitudine, a fost Carl Hovland, supranumit „Aristotel al contemporaneităţii". Carl Hovland a folosit experimentul pentru a explica efectele diferitelor componenete ale procesului de persuasiune. În 1950, Harol D. Lasswell a conceptualizat vestita schemă a analizei oricărui proces de comunicare: „Cine şi ce spune, ce canal utilizează, cui spune şi cu ce efect?".

Psihologia socială este aproape în întregime americană în etapa clasică. Psihosociologii din Europa vor avea iniţiative numai în deceniul al VII-lea.

4. Perioada modernă

Expansiune şi tensiune par a fi coordonatele principale ale perioadei moderne în psihologia socială. Sunt inaugurate acum noi domenii ale psihologiei sociale: reprezentările sociale şi influenţa minoritară (S. Moscovici), identitatea personală (E. Erickson), identitatea socială (H. Tajfel), comportamentul prosocial (B. Latané şi J. Darley), atracţia interpersonală (E. Berscheid şi E. Walster). În 1965, apare primul număr al revistei *Journal of Personality and Social Psychology*, cea mai importantă apariţie periodică de psihologie socială, cu o contribuţie decisivă la evoluţia teoretică şi metodologică a disciplinei.

Pe de altă parte, ceea ce în perioada clasică era armonie, acum devine contradicţie, tensiune intenă. Într-adevăr, la mijlocul deceniului al VII-lea se declanşează o criză a psihologiei sociale, ce va marca evoluţia ulterioară a disciplinei. Lipsa de integrare teoretică a fost numai una dintre temele majore ale disputelor ce au caracterizat această perioadă. De fapt, trebuie să ne reprezentăm criza ca devastatoare (cel puţin în planul polemicilor) şi totală: criticile vizează statutul de ştiinţă al psihologiei sociale, metodele (cu deosebire experimentul de laborator), teoriile, lipsa consecinţelor aplicative ale cercetărilor, contaminarea ideologică, specificitatea culturală etc. În general, se disting trei aspecte ale crizei: un aspect ce ţine de distorsiunile (artefactele) introduse de procedurile experimentale, un aspect etic şi unul referitor la relevanţa psihologiei sociale şi la felul în care au fost construite teoriile. Deşi schema aceasta abia sugerează complexitatea crizei, ea a fost adoptată de majoritatea psihologilor sociali interesaţi de fenomen. Numai spre 1975 criticile au început să se domolească.

Disputele asupra statutului psihologiei sociale şi asupra fundamentelor şubrede ale metodei experimentale nu au avut un impact direct asupra cercetărilor. În perioada crizei a avut loc afirmarea teoriei atribuirii, teorie deosebit de fertilă pentru cercetare. Din acest punct de vedere, criza nu înseamnă nici pe departe o întrerupere sau o diminuare a ritmului de publicare a studiilor empirice. Atribuirea a fost înţeleasă de Fritz Heider (1896-1988) ca procesul prin care individul dă un sens comportamentelor celorlalţi. În elaborările ulterioare, ea a ajuns să desemneze concepţia despre cauzalitate a psihologului naiv.

În timpul crizei şi în anii imediat următori s-au dezvoltat cercetările asupra comportamentului de ajutorare, asupra spaţiului personal şi comportamentului uman în condiţii de aglomeraţie, asupra autoprezentării, asupra stereotipurilor, asupra agresivităţii etc. Criza a avut într-adevăr un impact redus în ceea ce priveşte diversificarea intereselor de cercetare şi cantitatea studiilor.

S-a spus că, spre deosebire de psihologie, psihologia socială a fost întotdea cognitivistă. Kurt Lewin, adept al gestaltismului şi promotor al ideii că percepţi individului asupra lumii influenţează decisiv comportamentul său social, nu poate văzut decât ca un adversar al behaviorismului. Teoriile consistenţei cognitive su reprezentative pentru un alt moment cognitivist în istoria psihologiei sociale, mome continuat de teoriile atribuirii. Spre 1980, psihologii sociali au conştientizat acea tendinţă cognitivistă a trecutului lor. Acum devine dominantă cogniţia socială, ca nu se dezvoltă numai ca urmare a recuperării vechilor idei ale lui Fritz Heider Solomon Asch asupra percepţiei persoanei, dar şi a transferului unor metode concepte ale psihologiei cognitive în psihologia socială. Cogniţia socială nu repre zintă un domeniu al psihologiei sociale, ci o manieră de abordare specifică, foart adecvată în domenii ca percepţia persoanei, eul, stereotipurile, luarea deciziei schimbarea de atitudine.

5. Perioada contemporană

Aşa cum s-a constituit la cumpăna dintre deceniile al VIII-lea şi al IX-lea, cogniţia socială era în mod esenţial non-motivaţională. Domeniul euristicilor cognitive, reprezentat în principal de Richard Nisbett şi Lee Ross, este ilustrativ pentru această tendinţă. Cei doi autori susţin că indivizii folosesc cogniţiile cel mai puţin complexe, în măsura în care acestea produc comportamente adaptative. Erorile şi biasurile nu constituie rezultatul influenţei motivelor individuale, ci sunt intrinseci gândirii sociale. Totuşi, acest model nu s-a bucurat multă vreme de audienţă. Anii '90 aduc din nou în prim-plan ideea legăturii dintre motivaţie şi cogniţie. Potrivit acestei concepţii pragmatice, gândirea socială este pusă în serviciul interacţiunii sociale: strategiile cognitive depind de scopurile (deci de motivaţiile) individului.

Deşi poziţia dominantă a metodei experimentale nu poate fi pusă la îndoială, ultimele două decenii au făcut să apară alternative radicale la psihologia socială tradiţională. Criza a determinat însemnate reconstrucţii, inclusiv de ordin metodologic. Acestea vizează modificări radicale ale disciplinei. Printre ele se numără construcţionismul social, analiza discursului, etogenica, psihologia umanistă a lui John Shotter. Există, desigur, diferenţe semnificative între aceste abordări. Dar toate au la bază mai curând o epistemologie socială decât una realistă, contestând dualismul tradiţional subiect-obiect. Toate pun la îndoială că ar exista un domeniu de fapte despre experienţa şi conştiinţa umană ce ar putea fi cunoscute cu ajutorul raţiunii, deci al ştiinţei experimentale. În cazul tuturor se pot detecta surse de inspiraţie postmoderniste. În sfârşit, abordările enunţate pun accentul pe limbaj, susţinând că acesta nu are un înţeles obiectiv în afara contextului relaţional în care este folosit.

După 1990, au apărut noi orientări teoretice, s-au accentuat unele tendinţe. Asistăm la un reviriment al psihologiei sociale europene. S-a accentuat internaţionalizarea psihologiei sociale. Ţările aşa-numitei Lumi a Treia au devenit, din obiect de studiu, producătoare de cunoaştere psihosociologică. Colaborarea Vest-Est în proiecte comune de cercetare ştiinţifică a devenit o practică. Revistele de specialitate au ajuns cu adevărat internaţionale. Prăbuşirea comunismului a însemnat şi pentru psihologia socială din România dezideologizarea şi conectarea la fluxul metodologic şi teoretic din Occident.

6. Psihologia socială în România

În ceea ce priveşte evoluţia psihologiei sociale în România, ea a urmat aceleaşi etape, cu reducerea perioadei clasice, dată fiind interzicerea de către regimul comunist a cercetărilor psihosociologice şi a predării psihologiei sociale în învăţământul superior în intervalul 1950-1965, cu defazarea corespunzătoare a etapei moderne. După hiatusul din anii 1950-1965, după ce s-a recunoscut legitimitatea academică a psihologiei sociale, direcţiile de cercetare, problemele de studiu şi chiar metodele de investigare, considerentele ideologice şi politice au condus la desincronizare şi la rămânerea în urmă a psihologiei sociale din România. Abia după evenimentele din decembrie '89, cu toate dificultăţile tranziţiei, s-au deschis perspectivele sincronizării universale a psihologiei sociale româneşti.

Ca şi pe plan mondial, psihologia socială în România are o lungă preistorie şi o scurtă istorie. Dacă facem abstracţie de ceea ce s-ar putea numi „psihologia socială poporană", de observaţiile şi generalizările privind individul şi societatea făcute în popor (proverbe, povestiri, pilde etc.), preistoria domeniului de cunoaştere de care ne ocupăm este marcată de lucrarea *Învăţăturile lui Neagoe Basarab către fiul său Theodosie*, în care „întâlnim aproape toate temele psihosociologiei moderne exprimate într-un limbaj adecvat şi tratate cu competenţă şi convingere" (Neculau, 1984, p. 27). La jumătatea secolului al XVII-lea se tipăresc cărţi româneşti de învăţătură (*Pravila de Govora*, 1640; *Cartea românească de învăţătură*, 1646; *Îndreptarea legii*, 1652), care conţin numeroase observaţii privind normele comportamentale. Reflecţii psihosociologice referitoare la structura personalităţii, învăţarea socială, conformism, relaţii interpersonale etc. găsim în lucrările cronicarilor Grigore Ureche, Miron Costin, Ion Neculce, ca şi în *Descriptio Moldaviae* (1714) a cărturarului-domnitor Dimitrie Cantemir (1673-1723), în care putem recunoaşte rădăcinile direcţiei moderne de cercetare ştiinţifică a identităţii naţionale a românilor. Fondatorii psihologiei sociale în România pot fi consideraţi Constantin Leonardescu, profesor de sociologie la Universitatea din Iaşi, care publica studiul *Conştiinţa socială* (1900), şi Constantin Dimitrescu-Iaşi, care la începutul secolului XX a publicat o serie de studii de psihologie socială (*Nevoea de hrană*, *Nevoea de ideal* ş.a.), apărute postum în volumul *Studii de psihologie socială* (1927). Prin valoarea studiilor şi prin influenţa intelectuală exercitată timp de mai multe decenii asupra psihologiei, noi opinăm că adevăratul fondator al psihologiei sociale în România este Constantin Rădulescu-Motru (1868-1957), care a publicat în 1904 studiul fundamental pentru autoimaginea românilor *Cultura română şi politicianismul*. După aproape o sută de ani, rămâne actuală întrebarea retorică din acest studiu: „Să fi venit oare vremea dragul meu popor român, să înţelegi, în sfârşit, de acum înainte, ce primejdioasă amăgire pentru viitorul tău ascunde cântecul politicienilor?".

Sub influenţa concepţiei lui Wilhelm Wundt despre „sufletul popoarelor", în primele decenii ale secolului trecut au apărut numeroase lucrări de psihologie a poporului român. Astfel, Dimitrie Drăghicescu (1875-1945), care în 1905 a ţinut primele cursuri de psihologie socială în România, la Universitatea din Bucureşti, a publicat în 1907, în limba franceză, lucrarea – ştiinţific mai mult decât îndoielnică – *Din psihologia poporului român*. Aceeaşi temă a „sufletului naţional" a făcut obiectul reflecţiilor psihosociologice ale lui Mihai Ralea (1894-1964). Caracterizând psihologic poporul român, Mihai Ralea apreciază că adaptabilitatea constituie trăsătura noastră definitorie (*Sufletul românesc*, 1925). În 1930/1931, Mihai Ralea ţine primul curs de psihologie socială la Universitatea din Iaşi, în care – sub influenţa concepţiei lui Émile Durkheim şi a lui Gabriel Tarde – abordează fenomene de psihologie colectivă, influenţa interpersonală, fenomenele de patologie socială etc.

În perioada considerată de noi „clasică" (1935-1960) şi-au continuat activitatea Constantin Rădulescu-Motru şi Mihai Ralea. La vârsta de 74 de ani, cel mai de seamă psihosociolog român, Constantin Rădulescu-Motru, sintetizează rezultatele cercetărilor sale de etnopsihologie (*Etnicul românesc*, 1942), iar Mihai Ralea susţine la Universitatea din Bucureşti un *Curs de psihologie socială* (1944), care va fi multiplicat. Tematica acestui curs universitar exprimă problematica pe plan mondial, la acea dată, a psihologiei sociale (relaţia individ – societate, masele sub aspect psihosocial, raportul dintre conştiinţa socială şi cea individuală, influenţa socialului asupra fenomenelor psihice, determinarea socială a personalităţii), dar conţine şi teze originale, precum cea referitoare la rolul amânării în conduita oamenilor („Toate faptele sufleteşti sunt suspendări ale unui răspuns imediat"), ca şi generalizări bazate pe observarea realităţilor din România. Anticipând preocupările sistematice de geopsihologie, Mihai Ralea atrage atenţia asupra diferenţelor structurale dintre „omul de deal" şi „omul de munte". În aceeaşi perioadă, îşi desfăşoară activitatea de cercetare ştiinţifică în domeniul psihologiei sociale, dar nu numai – Florian Ştefănescu-Goangă, profesor la Universitatea din Cluj, Lucian Bologa, Grigore Popa, Dimitrie Tudoran, Constantin Sudeţianu, Alexandru Roşca ş.a. Sunt publicate lucrări privind psihologia religiei, a conducerii, reclamei, opiniei publice, mărturiei etc. În anul universitar 1947/1948, Alexandru Roşca (1906-1996) a predat un curs de psihologie socială experimentală, în cadrul căruia examinarea metodelor psihologiei sociale, alături de fenomenele şi procesele motivaţiei sociale, competiţiei şi cooperării, atitudinile şi prejudecăţile, stereotipurile, comportamentul instituţional şi de conducere ocupa un loc central. Al doilea război mondial şi, la sfârşitul lui, instaurarea comunismului în România au curmat evoluţia psihologiei sociale din ţara noastră. Abia după 1965 s-au reluat studiile de psihologie socială, sub control ideologic şi sub influenţa psihologiei sociale sovietice, de orientare marxist-leninistă.

În perioada modernă (1961-1989), în momentele de relaxare ideologică, în ţara noastră s-au făcut cercetări de psihosociologie concretă şi au apărut lucrări teoretice care îşi păstrează, cel puţin parţial, valabilitatea şi astăzi. Dacă în primele lucrări şi manuale universitare apărute după „relansarea" psihologiei sociale s-au risipit forţe intelectuale pentru a se demonstra superioritatea psihologiei sociale fundamentate materialist-dialectic și istoric și pentru a se descoperi idei de psihologie socială în opera lui Marx, Engels și Lenin, în deceniile al VII-lea și al VIII-lea au apărut lucrări autentice de psihologie socială și s-au desfășurat cercetări experimentale și de teren oneste. Mihai Ralea și Traian Herseni propun o teorie psihosociologică a succesului (*Sociologia succesului*, 1964), Tatiana Slama-Cazacu studiază comunicarea interpersonală (*Comunicarea în procesul muncii*, 1964). În anul universitar 1965/1966 se reintroduce cursul de psihologie socială la Universitatea din București, susținut de Pantelimon Golu. În același an, la Institutul de Psihologie al Academiei ia ființă un sector de psihologie socială sub conducerea lui Traian Herseni. Încep să se predea cursuri de psihologie socială și la universitățile din Cluj-Napoca (titular Ioan Radu) și din Iași (titular Adrian Neculau). Mihai Ralea și Traian Herseni publică primul tratat marxist-leninist de psihologie socială (*Introducere în psihologia socială*, 1966). Pe aceeași bază ideologică este scris și cursul universitar semnat de Pantelimon Golu (*Psihologie socială*, 1974). Și alte lucrări de psihologie socială apărute în aceeași perioadă au plătit tribut ideologiei. Nu intenționăm o etichetare a nici uneia dintre aceste lucrări – dorim numai să atragem atenția tinerilor psihologi sociali de azi că ideologizarea și partizanatul politic nu aduc respectabilitate socială de durată autorilor și nici nu asigură valoare științifică operelor lor. Vom spune și noi, împreună cu cronicarul Miron Costin: „Nu vremile sunt supt om, ci bietul om supt vremi". Fenomenele și procesele cercetate cu predilecție în etapa modernă a psihologiei sociale din România au fost: condiționarea socială a personalității (Vasile Pavelcu, Paul Popescu-Neveanu, Ioan Radu), dinamica grupurilor (Achim Mihu, Adrian Neculau, Radu Nicolae, Ioan Nicola), relațiile în grupurile de muncă (Pantelimon Golu, Georgeta Dan-Spânoiu, Dumitru Cristea), intercunoașterea (Cătălin Mamali), fenomenul religios (Petre Datculescu), relațiile interpersonale (Aurora Perju-Liiceanu, Marcus Stroe, Petru Iluț, Dinu Grama), creativitatea individuală și de grup (Alexandru Roșca, Mihaela Rocco) ș.a. Înainte de evenimentele din decembrie '89 au apărut în România unele lucrări remarcabile de psihologie socială: *Sociologia americană a grupurilor mici* (Achim Mihu, 1970), *Metoda normativă în psihosociologia organizării* (Cătălin Zamfir, 1972), *Introducere în psihologia judiciară* (Tiberiu Bogdan, 1973), *Condiția umană* (Nicolae Mărgineanu, 1973), *Psihologie generală și psihologie socială* (Ana Tucicov-Bogdan, 1974), *Psihologie socială și organizațională industrială* (Mielu Zlate, 1975), *Liderii în dinamica grupurilor* (Adrian Neculau, 1977), *Învățarea socială* (Pavel Mureșan, 1980), *Dicționar de psihologie socială* (colectiv, 1981), *Experimentul în psihosociologie* (Septimiu Chelcea, 1982), *Fenomene și procese psihosociale* (Pantelimon Golu, 1989). S-au desfășurat câteva cercetări psihosociologice de teren mai ample privind efectele industrializării și urbanizării asupra personalității și colectivităților rurale (coordonator: Traian Herseni, 1970), conducerea și climatul psihosocial din întreprinderile industriale (coordonator: Cătălin Zamfir, 1980). S-a tradus însă foarte puțin din literatura de specialitate din Occident, iar cooperarea internațională a fost cvasiinexistentă.

Psihologia socială contemporană din România de după 1990 a înregistrat un reviriment atât în plan teoretic, dar mai ales în ceea ce privește cercetarea concretă.

experimentală şi de teren. S-a renunţat la paradigma marxistă ca unica bază ştiinţifică a psihologiei sociale. Curentele de idei din psihologia socială occidentală sunt astăzi rapid şi amplu prezentate în publicaţiile de specialitate de la noi. Un merit deosebit în această direcţie îl are Laboratorul „Psihologia câmpului social" de la Universitatea „Al.I. Cuza" din Iaşi, sub conducerea profesorului Adrian Neculau. S-au realizat primele volume comune, în care semnează psihologi sociali de reputaţie europeană şi din ţara noastră. Au văzut lumina tiparului manuale universitare şi lucrări de sinteză originale : *Psihologie socială* (Ioan Radu, Petru Iluţ şi Liviu Matei, 1994), *Psihologia socială. Aspecte contemporane* (coord. Adrian Neculau, 1996), *Un secol de psihosociologie* (Septimiu Chelcea, 1998), *Iluzia localismului şi localizarea iluziei. Teme actuale de psihosociologie* (Petru Iluţ, 2000) ş.a. Din 1998 şi-a început apariţia revista semestrială *Psihologia socială* (redactor-şef Adrian Neculau). S-a extins predarea psihologiei în învăţământul universitar. Au fost înfiinţate facultăţi de psihosociologie la Petroşani şi Bucureşti. Aria cercetărilor ştiinţifice s-a diversificat, abordându-se din perspectivă psihosociologică unele dintre fenomenele şi procesele generate de tranziţia postcomunistă, alături de temele „clasice" ale psihologiei sociale : reprezentările sociale (Adrian Neculau), memoria socială (Septimiu Chelcea), cogniţia socială (Petru Iluţ, Ovidiu Lungu), identitatea naţională a românilor (Luminiţa Iacob, Mihaela Vlăduţ), stereotipurile sociale (Aurora Liiceanu), integrarea socială a rromilor (Cătălin şi Elena Zamfir), predicţia autorealizatoare (Lucian Radu, Elena Stănculescu), opinia publică (Ştefan Buzărnescu, Dorel Abraham), justiţia socială în perioada de tranziţie (Septimiu Chelcea), autoevaluarea personalităţii (Mielu Zlate). S-au tradus lucrări ale fondatorilor psihologiei sociale (Gabriel Tarde, Gustave Le Bon), ale psihologilor sociali clasici (Muzafer Sherif, Leon Festinger, Solomon Asch, Morton Deutsch, Stanley Milgram) şi ale unor psihologi sociali contemporani de mare notorietate, precum Serge Moscovici, Willem Doise, Jean-Claude Deschamps, Gabriel Mugny, Ewa Drozda-Senkowska. Participarea psihologilor români la manifestările ştiinţifice internaţionale şi la realizarea unor proiecte de cercetare multinaţionale a devenit o practică. Sunt aşadar premise bune pentru afirmarea pe plan naţional şi internaţional a psihologiei sociale din România.

*

Psihologia socială studiază comportamentul social. Are în vedere cu deosebire determinările externe (situaţionale) ale acestuia, iar piesa de bază a metodologiei este experimentul de laborator. Ea nu mai poate fi privită astăzi ca o rudă săracă a psihologiei sau a sociologiei. Prin numărul impresionant de cercetări, prin acumulările teoretice şi, mai ales, prin rezultatele direct aplicative în cele mai diferite domenii ale vieţii sociale (producţie materială, educaţie, comunicaţii de masă, marketing şi publicitate, ocrotirea sănătăţii, organizare socială etc.), psihologia socială tinde să ocupe un loc tot mai important în sistemul ştiinţelor socioumane.

Bibliografie

Allport, G.W. (1968). The historical background of modern social psychology. În G. Lindzey şi E. Aronson (eds.). *Handbook of Social Psychology* (ed. a II-a, vol. 1). Reading: Addison-Wesley.

Asch, S.E. (1956). Studies of independence and submission to group pressure: I. A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs: General and Applied*, 70, 1-70.

Chelcea, S. (1998/1999). *Un secol de psihosociologie* (ed. a II-a). Bucureşti: INI.

Doise, W. (1995). Imitation, conflit et influence sociale: une mise en perspective. În G. Mugny, D. Oberlé, J.L. Beauvois (eds.), *Relations humaines, groupes et influence sociale*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.

Graumann, C.F. (1996). Introduction to a history of social psychology. În M. Hewstone, W. Stroebe şi G. Stephenson (eds.). *Introduction to Social Psychology: An European Perspective*. Oxford: Blackwell.

Jones, E.E. (1985). Major developments in social psychology during the past five decades. În G. Lindzey şi E. Aronson (eds.). *Handbook of Social Psychology* (ed. a III-a, vol. 1). New York: Random House.

Neculau, A. (1984). Începuturile unei viziuni psihosociale asupra manifestărilor umane la vechii cărturari români. În A. Tucicov-Bogdan (coord.), *Psihologia socială în România*. Bucureşti: Editura Academiei, 22-44.

Tucicov-Bogdan, A. (1984). *Psihologia socială în România*. Bucureşti: Editura Academiei.

Metode şi tehnici de cercetare în psihologia socială

Mihai Curelaru

PREFAŢĂ

Scopul redactării acestui capitol este acela de a familiariza cititorul cu câteva elemente ale cercetării ştiinţifice – desigur, într-o formă introductivă, generală. Întrucât pe parcursul manualului sunt numeroase referiri la termeni specifici cercetării, am urmărit în primul rând definirea şi clarificarea celor mai cunoscuţi dintre ei. Am furnizat apoi câteva clasificări, mai frecvent utilizate în manuale, precum şi exemple care să faciliteze înţelegerea sau să facă lectura mai atractivă.

În ansamblu, materialul este organizat pe patru secţiuni. În prima dintre ele s-a încercat, într-o manieră sumară, surprinderea relaţiilor complexe dintre teorii, ipoteze şi metode. A doua secţiune a fost dedicată anchetei şi s-au dezvoltat cele două tehnici ale acesteia, chestionarea şi intervievarea subiecţilor. Prezentarea experimentului, variabile şi planuri experimentale, ocupă cea de-a treia parte a capitolului. Am considerat potrivit ca în încheiere să prezentăm câteva noţiuni privind etica cercetării. Am dorit, de asemenea, ca atât modul de prezentare, cât şi conţinutul să nu fie strict legate de psihologia socială, ci să aibă un caracter cât mai general, interdisciplinar.

Agresivitatea şi expunerea la violenţă

Cercetarea ştiinţifică din domeniul psihologiei sociale are ca scopuri principale observarea şi explicarea comportamentelor individuale şi colective. Practic, un psiholog social se întreabă de ce o persoană reacţionează într-un mod şi nu în altul atunci când este în contact cu o altă persoană, cu o situaţie sau un fenomen social ; care sunt factorii care influenţează acţiunile umane ; cum se formează şi se comportă grupurile etc.

În rândurile următoare se va descrie, în linii mari, o asemenea cercetare care încearcă se răspundă la întrebarea : contactul oamenilor cu evenimentele agresive conduce la creşterea agresivităţii lor – cu alte cuvinte, violenţa frecvent întâlnită în mass-media are vreo influenţă asupra publicului ? În 1967, Berkowitz şi Geen au realizat un experiment în scopul verificării acestei ipoteze. Participanţii la cercetare au fost 90 de studenţi de sex masculin de la Universitatea Wisconsin cărora li s-a spus că tema era rezolvarea de probleme în condiţii de stres, iar stresul va fi provocat prin aplicarea de şocuri electrice slabe, în funcţie de natura soluţiei oferite (1 şoc pentru soluţia bună şi 10 şocuri pentru cea greşită). Printr-un chestionar aplicat la început, se colectau date cu privire la opiniile subiecţilor faţă de agresivitate. Aceste răspunsuri vor fi comparate cu cele obţinute la un chestionar final, aplicat după derularea experimentului.

Unii participanţi la experiment erau introduşi într-o cameră unde li se dădea problema spre rezolvare (aceştia erau de fapt complici ai experimentatorilor). Colegii care trebuiau să aplice şocurile (subiecţii experimentului) aşteptau pe rând într-o cameră alăturată. Acestora din urmă li se prezentau scene din filme. La o treime dintre ei li s-au prezentat scene din filme în care agresivitatea apărea ca justificată, la a doua treime agresivitatea apărea ca fiind mai puţin justificată, în timp ce în a treia nu exista nici un fel de agresivitate. După vizionarea scenelor, complicele intra şi subiectul evalua soluţia sa prin aplicarea de şocuri electrice. Cercetătorii au fost interesaţi să vadă cât de mult a alterat opiniile subiecţilor vizionarea scenelor şi şi-au bazat analiza pe prelucrarea numărului de şocuri aplicate şi pe răspunsurile date la cel de-al doilea chestionar. Rezultatele au arătat clar nu numai că opiniile subiecţilor au fost modificate, ci chiar comportamentul lor a suferit schimbări în sensul creşterii agresivităţii (au aplicat mai multe şocuri). Astfel, s-a arătat că expunerea la violenţă conduce la practicarea violenţei, iar opiniile cu privire la acest subiect pot fi uşor convertite în acţiuni.

(*Sursa*: Baker, T.L., *Doing Social Research*, McGraw Hill, 1999)

1. Teorii, ipoteze şi metode

A observa şi a înţelege ce se petrece în lumea înconjurătoare este o tendinţă umană înnăscută şi un act de supravieţuire. Se vorbeşte, în acest caz, de *cunoaşterea comună*, accesibilă tuturor, care nu necesită o pregătire specială sau instrumente potrivite unui scop anume. Pe de altă parte, se poate identifica o *cunoaştere ştiinţifică*, acţiune deliberată supusă unor reguli precise şi soldată cu finalităţi clare. Cercetarea psihologică este un proces de cunoaştere ştiinţifică ce-şi propune observarea şi măsurarea comportamentelor umane în scopul descrierii, explicării şi predicţiei lor. Verificarea şi validarea sunt cuvintele-cheie ale acestei activităţi umane.

Ştiinţă şi pseudoştiinţă

Eticheta „pseudoştiinţă" a fost aplicată mai multor tentative ale cunoaşterii asociate psihologiei care păstrează aparenţa unei ştiinţe : parapsihologia (de exemplu, telepatia, psihokinezia), astrologia, chiromanţia etc. „Descoperirile" promovate de acestea nu au putut fi supuse unor verificări riguroase sau, dacă au fost supuse, au eşuat şi deseori au fost implicate în obţinerea unor profituri prin înşelarea naivilor.

Una dintre cele mai cunoscute „psedopsihologii" a fost frenologia, cu o mare dezvoltare la începutul secolului al XIX-lea. Frenologii au susţinut că pot evalua personalitatea interpretând conformaţia craniului, adică ţinând seamă de umflăturile şi depresiunile sale. Teoria se bazează pe teza conform căreia trăsăturile de personalitate sunt localizate în zone specifice ale creierului şi dezvoltarea sau nedezvoltarea lor determină conformaţia craniană. În epocă s-au editat hărţi frenologice şi s-a pretins posibilitatea predicţiei evoluţiei personalităţii. Toate aceste lucrări au fost catalogate ca nefondate ştiinţific, deoarece cercetarea ulterioară a arătat că nu există nici o corespondenţă între relieful cerebral şi cel cranian, ca şi între ariile corticale şi trăsăturile de personalitate.

(*Sursa* : Myers, A. ; Hensen, C.H., *Experimental Psychology*,
Brooks/Cole Publishing Co., 1997)

De cele mai multe ori, cercetările pornesc de la observaţii individuale ale naturii sau comportamentului uman, de la teorii ale simţului comun sau de la alte teorii ştiinţifice deja elaborate. Indiferent de sursa sa, procesul cercetării implică găsirea şi urmărirea unor idei, testarea acestora şi interpretarea semnificaţiei rezultatelor obţinute. Tot acest ansamblu de observaţii şi idei este sistematizat, filtrat şi adus la forma standardizată a unor *ipoteze*. În esenţă, ipoteza este un enunţ explicit şi testabil cu privire la condiţiile în care un eveniment va surveni (Brehm şi Kassin, 1996). Ea exprimă una sau mai multe relaţii de tip cauză-efect pe care cercetarea ştiinţifică îşi propune să le verifice. Rezultatele obţinute prin aceste testări sunt grupate şi sistematizate în *teorii ştiinţifice*, adică în modele care le pot cuprinde într-un plan mai general. Teoriile au putere explicativă şi predictivă, propun legi cu un grad mai mare sau mai mic de generalitate şi metode de cercetare. După formularea lor, teoriile pot fi ele însele surse pentru noi ipoteze.

Un rol major în procesul cercetării este deţinut de *metode*. Metodele de cercetare sunt cele care sugerează căile cele mai bune pentru testarea ipotezelor teoretice, furnizând un sistem de norme prin care teoria este testată, verificată şi dezvoltată empiric (Vlăsceanu, 1982). Metodele sunt ansambluri de operaţii intelectuale prin care o disciplină ştiinţifică încearcă să descopere adevărul, ceea ce este esenţial, real, dincolo de aparenţe, circumstanţe. Orice metodă are un caracter operaţional, deoarece furnizează un set de reguli, etape, tehnici sau instrumente şi organizează munca de cercetare pentru a atinge cu siguranţă scopul propus.

Principalele metode utilizate în ştiinţele sociale sunt observaţia, ancheta, experimentul, studiul de caz şi metoda documentară. Psihologia socială utilizează toate aceste metode, însă se poate remarca o predilecţie pentru cercetarea experimentală. Aşa cum ancheta este metoda centrală în sociologie, în psihologia socială şi în psihologie, în general, majoritatea studiilor publicate raportează experimentul ca metodă principală. De cele mai multe ori, celelalte metode sunt utilizate fie pentru completarea datelor, fie în scop explorator, în vederea identificării unor ipoteze sau construcţiei instrumentelor de cercetare. În raport cu importanţa lor pentru psihologia socială, în acest capitol vor fi dezvoltate doar două dintre metodele enumerate mai sus : *ancheta* şi *experimentul*.

2. Ancheta

2.1. Noţiuni generale

2.1.1. *Aspecte introductive*

Ancheta este o metodă de cercetare psihosociologică bazată pe colectarea datelor de la un eşantion extras dintr-o populaţie mai largă, în scopul prelucrării lor şi generalizării rezultatelor. Unităţile de analiză pot fi persoane, grupuri, organizaţii, zone geografice sau culturale, instituţii etc. (Vlăsceanu, 1986). Ancheta este un tip de cercetare care presupune utilizarea unor instrumente de investigaţie standardizate. De asemenea, forma, numărul şi ordinea întrebărilor, ca şi volumul eşantionului şi costurile sunt de la bun început stabilite, alcătuind ceea ce se numeşte „schema anchetei" (Rotariu şi Iluţ, 1997). Modalităţile principale de culegere a datelor într-o anchetă sunt chestionarea şi intervievarea subiecţilor (Chelcea, Mărginean şi Cauc, 1998 ; Chelcea, 2001). O formă particulară a anchetei este *sondajul de opinie*.

„Votul de paie"

Originea sondajului de opinie se poate identifica în prima jumătate a secolului al XIX-lea, in SUA. Începând cu această perioadă, cu ocazia alegerilor prezidenţiale, se organizează un „vot de paie", adică un vot fictiv, pentru a se prezice rezultatul alegerilor. De regulă, organizatorii aşezau urne fictive la intersecţii. Trecătorii erau solicitaţi să completeze buletine de vot. Se contabilizau *modo grosso* rezultatele. Tehnica nu avea nimic ştiinţific şi deseori dădea greş. Cu toate acestea, nu existau alegeri prezidenţiale în SUA care să nu fie însoţite de aceste „voturi de paie". Spre exemplu, in 1920, erau nu mai puţin de 85 de anchete de acest tip, din care 6 erau de amploare naţională.

Sfârşitul epocii „voturilor de paie" a survenit în 1936, când in Statele Unite s-au desfăşurat alegeri prezidenţiale. Unul dintre candidaţii la preşedinţie era Franklin D. Roosevelt, care cerea alegătorilor un al doilea mandat. O revistă la modă pe atunci, *Literary Digest*, a publicat rezultatul unui „vot de paie" a nu mai puţin de 10 milioane de persoane, care arăta clar înfrângerea lui Roosevelt în faţa contracandidatului său, republicanul Alfred M. Landon. În acelaşi timp, s-au făcut două sondaje de opinie publică : unul semnat de Archibald Crossley şi Elmo Roper, iar celălalt de George Gallup, fiecare pe un număr restrâns de persoane, utilizând o eşantionare pe cote. Aceste sondaje au arătat, dimpotrivă, victoria lui Roosevelt. Alegerile au fost câştigate de acesta din urmă şi faptul a consacrat sondajul de opinie ştiinţific. Explicaţia întâmplării este că revista a interogat abonaţii telefonici care în marea lor majoritate erau din clasa superioară a societăţii, clasă defavorabilă lui Roosevelt.

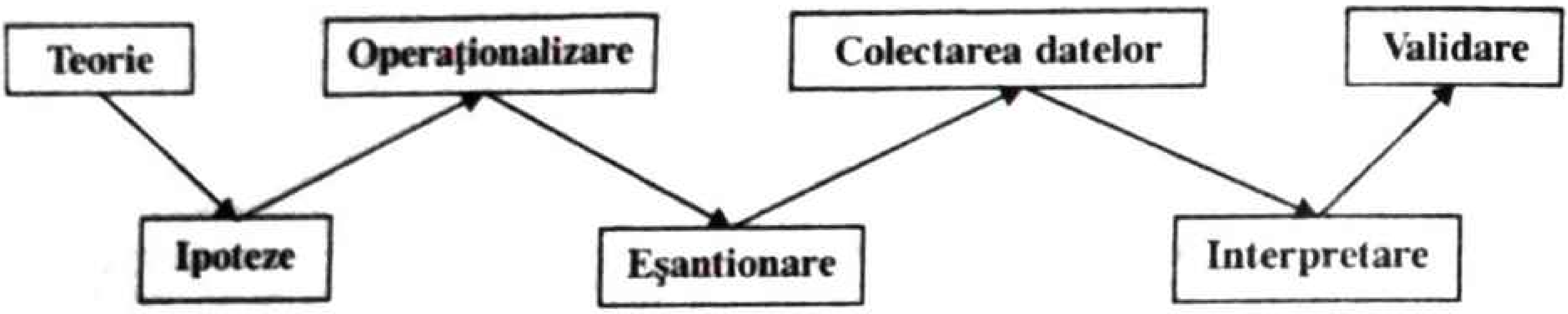
(*Sursa* : Stoetzel, J. ; Girard, A., *Sondajele de opinie publică*, Bucureşti : Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, 1975)

Anchetele sunt realizate de laboratoarele de cercetare ale unor *universități*, cu resurse proprii sau provenind din granturi de cercetare (în general anchete de dimensiuni mici); de *institute specializate*, private sau publice, periodic sau la comandă, pe bază de contract (de regulă anchete de mari dimensiuni, cu rețele constante de operatori și cu toată logistica necesară); și, mai rar, pe baza unor *proiecte individuale sau de grup*, finanțate de diverse fundații sau fonduri specializate în finanțarea cercetărilor de profil.

O anchetă se poate constitui într-o cercetare de sine stătătoare sau poate fi complementară într-un studiu experimental sau de caz. Deseori, în psihologia socială, o cercetare experimentală este prefațată de o anchetă în scopul identificării și clarificării ipotezelor, precizării cadrului adecvat experimentării sau controlării variabilelor.

Ancheta, în forma sa clasică, este un demers complex de cercetare care se derulează în mai multe faze. Teoreticienii anchetei au identificat de la 4-5 etape până la câteva zeci (Mărginean, 2000). Mai jos sunt dezvoltate cale mai reprezentative momente ale unei anchete.

Un model liniar al procesului de cercetare (adaptare după Flick, 1998)



2.1.2. *Identificarea problemei și formularea ipotezelor de cercetare*

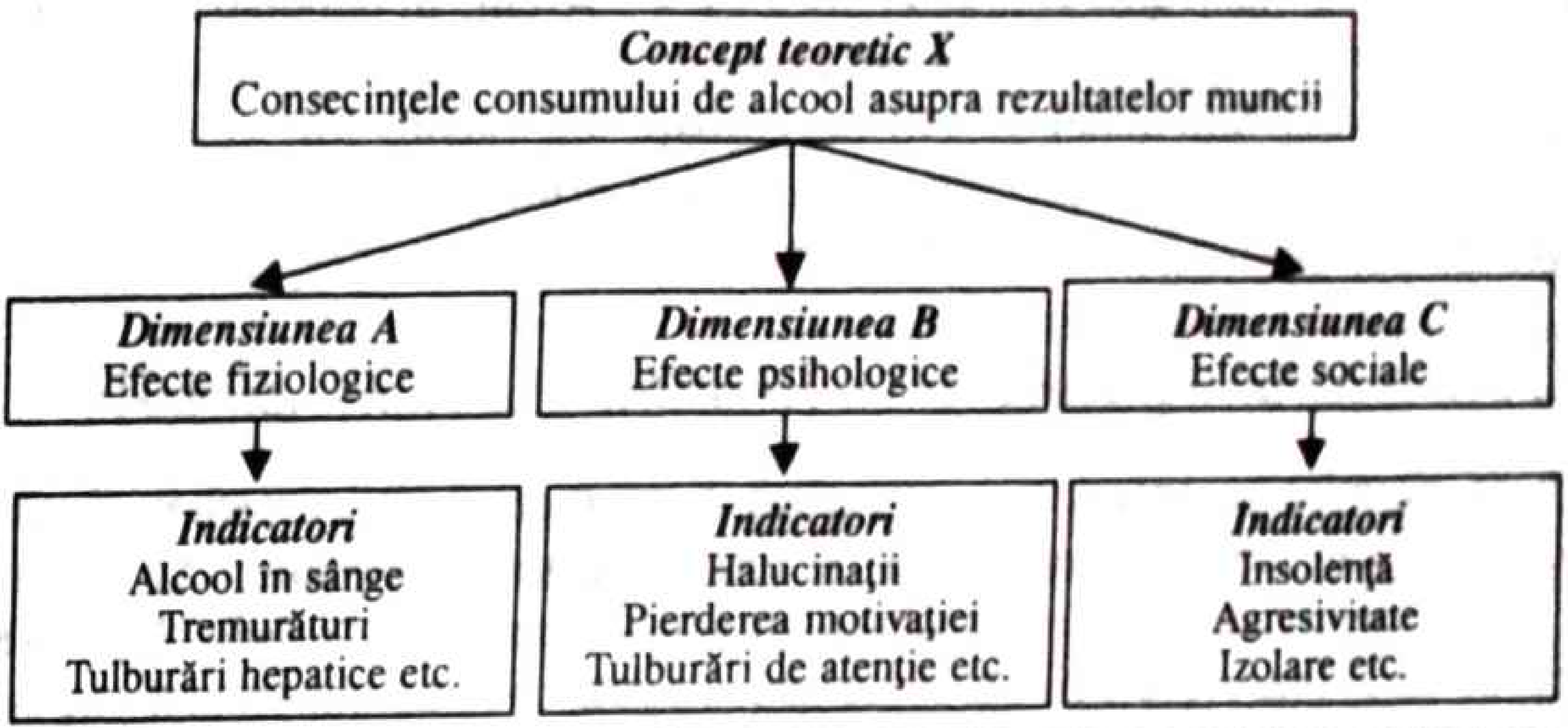
În principal, această etapă presupune localizarea domeniului, precizarea liniilor mari ale cercetării, identificarea paradigmei teoretice (a teoriei în cadrul căreia ne situăm), urmând o serie de constrângeri de ordin epistemic, metodologic și practic. Constrângerile sunt date de cunoașterea din domeniu (nivelul cunoașterii), finanțarea anchetei, posibilitățile practice etc. De regulă, consideră Grawitz (1996), o anchetă răspunde unei necesități de ordin practic, cum ar fi găsirea unei soluții la o problemă socială, obținerea unor informații necesare unei campanii electorale sau promovării unui produs comercial etc.

După ce au fost stabilite liniile mari ale cercetării, se elaborează ipotezele. O ipoteză de studiu este ideea fundamentală a oricărei cercetări, o relație cauzală între două sau mai multe fapte, o prezumție care va fi supusă ulterior verificării. Trebuie să se respecte caracteristicile fundamentale ale ipotezei: să fie verificabilă, verosimilă, să permită selectarea faptelor sociale semnificative, să justifice metoda folosită etc. Alegerea ipotezei se poate face prin dezvoltarea sau combaterea concluziilor unor cercetări anterioare, dar poate proveni și dintr-o teorie generală explicativă sau dintr-o cercetare exploratorie.

2.1.3. *Operaționalizarea conceptelor*

Este una dintre cele mai importante etape ale cercetării. De ea depinde direct construcția instrumentelor de cercetare, așadar și rezultatele. În esență, operaționalizarea presupune transformarea unui concept în indicatori direct observabili și măsurabili trecând printr-un set de constructe intermediare numite *dimensiuni*.

O posibilă operaționalizare pentru o anchetă cu privire la consecințele consumului de alcool (adaptare după Bordeleau, 1997)


Concept teoretic X
Consecințele consumului de alcool asupra rezultatelor muncii
Dimensiunea A
Efecte fiziologice
Dimensiunea B
Efecte psihologice
Dimensiunea C
Efecte sociale
Indicatori
Alcool în sânge
Tremurături
Tulburări hepatice etc.
Indicatori
Halucinații
Pierderea motivației
Tulburări de atenție etc.
Indicatori
Insolență
Agresivitate
Izolare etc.

Nu este necesar ca într-o cercetare să fie reținuți toți indicatorii rezultați din operaționalizare, ci trebuie să se oprească un număr optim de indicatori. Alegerea doar a indicatorilor principali sau chiar a unora dintre ei reprezintă partea cea mai dificilă în a descrie sau măsura fenomenele sociale. Produsele finale ale operaționalizării sunt chestionare, ghiduri de interviu, teste, grile de observație etc., instrumente cu care cercetătorul lucrează pe teren sau în laborator. Acestea vor fi supuse unei pretestări obligatorii înainte de aplicarea finală.

2.1.4. *Eșantionarea*

Instrumentele construite vor fi aplicate unui eșantion din populația-țintă a studiului. Prin eșantionare se înțelege operația de selecție și construcție a unui volum redus de subiecți care reflectă la scară proprietățile populației din care a fost extras. Eșantionarea este o etapă indispensabilă oricărei anchete. Există mai multe proceduri, clasificate de regulă în două mari categorii: metode probabilistice și neprobabilistice.

Prin *metodele probabilistice*, alegerea subiectului se face absolut întâmplător. O procedură de eșantionare este aleatorie atunci când pentru fiecare individ din populație există o șansă calculabilă și non-nulă de a fi ales în eșantion. Cercetătorul are posibilitatea determinării șansei sau probabilității de includere a fiecărui element (subiect). *Eșantionarea simplă aleatorie* este cea mai utilizată procedură probabilistică și este indicată pentru populații relativ omogene. Tehnica este de tipul loteriei, adică tragere la sorţi în conformitate cu anumite reguli. Practic, cercetătorul numerotează indivizii din populaţie de la 1 la n, apoi recurge la selecţia unor numere apelând fie la volume mari de pagini care au şiruri de coloane de numere de 4 sau 6 cifre generate aleatoriu, fie la un program computerizat de generare aleatorie a acestor cifre. Se extrag numere până la n, talia eşantionului.

În cazul *eşantionării neprobabilistice*, alegerea se face în baza unor tehnici care nu ţin cont de reprezentativitate. Cercetătorul nu cunoaşte probabilitatea statistică a unui element de a fi inclus în eşantion. Cea mai utilizată modalitate neprobabilistică este *eşantionarea pe cote* şi se bazează pe calcularea unor cote, adică a unor frecvenţe ale indivizilor care prezintă anumite caracteristici. Să presupunem că avem o populaţie şi ne interesează caracteristica „sex". Avem, în populaţia generală, 51% femei şi 49% bărbaţi. Dacă eşantionul propus are 1.000 de persoane, atunci vom alege în eşantion 510 femei şi 490 de bărbaţi. La rândul lor, cele două grupuri obţinute pot fi descompuse procentual, pe acelaşi principiu, al proporţiilor, în funcţie de nivelul de studii, zona de rezidenţă ş.a.m.d.

2.1.5. *Desfăşurarea propriu-zisă a cercetării (colectarea datelor)*

Pe baza premiselor anterioare, se aplică instrumentul de cercetare (conform cu procedurile sau tehnicile respective) la toţi subiecţii eşantionului. Se au în vedere regulile de cercetare specifice fiecărei tehnici. Cercetătorul trebuie să ţină seama şi de eventualele biasuri (erori) ale cercetării. Regula cea mai importantă este atenţia la recoltarea şi conservarea datelor. În această fază a cercetării, un rol important revine, fără îndoială, operatorilor. Ei trebuie să parcurgă un întreg instructaj sub îndrumarea coordonatorilor cercetării. Iniţial se distribuie fiecărui operator un rezumat al proiectului de cercetare, un exemplar al chestionarului şi o listă precisă de instrucţiuni. Se acordă timp pentru studierea prealabilă a chestionarului şi a celorlalte materiale primite. Urmează apoi şedinţe de discuţii şi clarificări, după care se recomandă operatorilor memorarea întrebărilor şi a instrucţiunilor. În final se merge pe teren (Moser, 1967).

Cine este operatorul de teren ?

După război, în 1948, Centrul Naţional de Cercetare a Opiniei Publice (Universitatea din Chicago) a decis desfăşurarea unor ample cercetări în scopul izolării şi controlării efectului de intervievator asupra opiniilor colectate prin interviu. Herbert H. Hyman a condus acest proiect care a avut ca efect, în plan metodologic, creşterea eficienţei tehnicii interviului, sistematizarea tendinţelor existente, precum şi evaluarea principalelor limite şi artefacte. Hyman a evidenţiat în studiile sale profilul intervievatorului ideal. Acesta ar trebui să aibă studii superioare, o experienţă importantă în domeniul intervievării (minim 25 de interviuri), să fie o femeie cu vârsta între 35 şi 44 de ani, cu o personalitate uşor introvertită, de orientare culturală mai asociată valorilor estetice şi teoretice şi mai puţin celor economice şi politice, cu interese mai degrabă literare decât comerciale etc.

(*Sursa* : Blanchet, A. *et al.*, *L'entretien dans les sciences sociales*, Paris : Bordas, 1985)

2.1.6. *Analiza şi interpretarea datelor*

Analiza datelor presupune transferul bazelor de date în baze proprii programelor statistice. Se stabileşte nivelul măsurării (nominal, ordinal, de interval sau de raport) şi se realizează analizele statistice propriu-zise (teste de verificare, procedee de corelaţie, procedee de grupare a datelor etc.).

Interpretarea rezultatelor se face recurgând din nou la teorie (la cadrul teoretic de la care s-a plecat). Calitatea interpretării depinde în primul rând de concepţia de ansamblu a cercetării şi de acurateţea colectării datelor. Factori precum pregătirea cercetătorului şi experienţa sa nu sunt, de asemenea, de neglijat.

2.1.7. *Redactarea raportului de cercetare*

Scopul principal al raportului este comunicarea rezultatelor cercetării, popularizarea acestora în rândul altor cercetători sau al publicului larg. Raportul trebuie redactat într-un stil ştiinţific. Aceasta presupune utilizarea unor specificaţii aparte, a unui limbaj caracteristic ştiinţei, care să fie puternic structurat şi concis comparativ cu alte tipuri de redactare. Raportul trebuie să propună a informare obiectivă, stilul trebuie să fie simplu, lipsit de ambiguitate, cu fraze conţinând în jur de două-trei propoziţii, accentul să cadă pe maniera ştiinţifică şi mai puţin pe coloritul personal al autorului. Este bine să se evite abundenţa citărilor în text, trecându-se doar numele de importanţă pentru ilustrarea unei teorii şi, acolo unde este cazul, sursa bibliografică (se evită astfel aglomerarea de nume şi se uşurează lectura). În general, textul trebuie să fie accesibil, fluid, adecvat lecturii, dar fără a cădea în simplitate, să ofere un maximum de informaţii cu un minimum de cuvinte (McBurney, 1994).

2.2. Chestionarul

2.2.1. *Definire*

Cea mai importantă tehnică folosită în anchetă este chestionarea. Un chestionar este, simplu vorbind, un ansamblu de întrebări, structurat şi standardizat, care permite obţinerea unor date utile pentru cercetare. După Chelcea (1975), chestionarul „reprezintă o tehnică şi, corespunzător, un instrument de investigare constând dintr-un ansamblu de întrebări scrise şi, eventual, imagini grafice, ordonate logic şi psihologic, care, prin administrarea de către operatorii de anchetă sau prin autoadministrare, determină din partea persoanelor anchetate răspunsuri ce urmează a fi înregistrate în scris”.

2.2.2. *Tipuri de chestionar*

După modul de administrare, chestionarele se împart în două mari categorii: autoadministrate şi administrate de operatorii de anchetă.

În cazul *chestionarelor autoadministrate*, înşişi subiecţii înregistrează răspunsuri la întrebări. Se presupune că în absenţa operatorului subiecţii sunt mai dispuşi s răspundă la întrebări personale. În acelaşi timp, se consideră că pot să formule răspunsuri mai elaborate, să consulte documente personale atunci când este indica acest lucru etc. În realitate, s-a constatat că, nu de puţine ori, subiecţii evită delibera răspunsul la anumite întrebări şi formulează într-o măsură mai mare răspunsuri d faţadă. Deseori, subiecţii se inspiră din întrebările următoare şi nu respectă succesiunea lor din chestionar. Aceste chestionare colectează cel mai mare număr de ero în culegerea datelor.

Chestionarele autoadministrate sunt de trei tipuri : *poştale*, *publicate în presă sa în prospectul unor mărfuri* şi *administrate colectiv*. Această ultimă categorie es destul de utilizată în cercetările mici sau cu slabă reprezentativitate. Chestionarel sunt aplicate în situaţii de lucru cu colectivităţi umane cum ar fi armata, şcoal universitatea, fabrica (Grawitz, 1996). Subiecţii sunt adunaţi în încăperi mari, li s distribuie formularele şi li se prezintă consemnul. Prezintă marele avantaj al economiei de timp, de fonduri, dar şi neajunsul influenţării rezultatelor între subiecţi.

Chestionarele administrate de operatorii de anchetă, în varianta lor *faţă în faţ* reprezintă modalitatea cea mai frecventă de culegere a datelor psihosociologice. E permite aplicarea chestionarelor mai lungi, observaţii detaliate asupra subiectului utilizarea întrebărilor-filtru (care opresc trecerea spre un calup de întrebări), posibilitatea precizării răspunsului etc. (Combessie, 1996). A doua variantă este *chestionarul administrat telefonic*. Această modalitate câştigă teren în faţa cercetării clasic datorită uşurinţei în aplicare (Dussaix şi Grosbras, 1993). Subiecţii sunt contacta telefonic, după o procedură prealabilă de eşantionare, li se citesc întrebările şi sun notate răspunsurile de către operator. În final, se solicită şi caracteristicile socio-demografice. Costurile sunt mai mici, dar se pierd date care ar fi putut fi obţinut prin observaţii directe. Alte dezavantaje sunt date de erorile de eşantionare atunc când se foloseşte ca bază lista abonaţilor telefonici (unii nu figurează acolo), faptu că o persoană poate răspunde în locul alteia fără ca acest lucru să poată fi controla şi repartiţia inegală a accesului la telefon pe clase sociale (May, 1997).

2.2.3. *Tipuri de întrebări cuprinse în chestionar*

Sunt trei categorii de întrebări posibile într-un chestionar : întrebări închise, deschise şi semiînchise (sau semideschise). *Întrebările închise* nu permit decât alegerea răspunsurilor fixate dinainte. Gradul de libertate al subiectului este redus şi uneori răspunsul la asemenea întrebări este dificil. Există mai multe variante de construcţie a întrebărilor închise. Astfel, unele pot solicita răspunsuri unice („Care este religia dvs. ? ", „În ce an v-aţi născut ? "), iar altele, răspunsuri pe scale dihotomice (cu variante de răspuns da/nu, fals/adevărat). Răspunsuri mai nuanţate pot fi obţinute utilizând scale cu răspunsuri multiple. Cel mai frecvent se utilizează scalele Likert, care se prezintă ca un continuum între un pol foarte favorabil şi unul foarte nefavorabil (de exemplu, −2_____−1_____0_____−1_____+2, în care −2 este poziţia cea mai defavorabilă, iar +2, cea mai favorabilă). Utilizarea întrebărilor închise oferă un grad sporit de siguranţă şi încredere respondentului şi puncte de sprijin mnezic. Ele permit construcţia unor chestionare lungi, cu mulţi itemi (efortul subiectului este mai mic decât în cazul întrebărilor deschise), şi o prelucrare mai uşoară a răspunsurilor. Din nefericire, cu astfel de întrebări este mai greu de surprins un fenomen social în profunzimea sa. De asemenea, se manifestă o sugestibilitate ridicată pentru respondent ca urmare a prezentării precodificate a răspunsurilor.

Întrebările deschise permit formularea liberă a răspunsurilor. Astfel de întrebări sunt redactate grafic cu un set de linii între ele, loc unde vine plasat răspunsul subiectului. În timpul redactării răspunsului, operatorul are datoria să nu intervină deloc, pentru a nu influenţa în vreun fel datele culese. Întrebările deschise aduc un plus în cunoaşterea particularităţilor unei populaţii privind coerenţa logică, formularea şi capacitatea de justificare a opţiunilor exprimate şi permit culegerea unor informaţii mai bogate asupra tuturor temelor, fără riscul sugestibilităţii. Pe de altă parte, utilizarea acestui tip de întrebări îngreunează codificarea şi prelucrarea statistică. Se recurge la tehnici ale analizei de conţinut care, prin excelenţă, presupun o mare subiectivitate.

Întrebările semideschise, corespunzătoare celei de-a treia categorii, au principalele răspunsuri codificate, redactate deja, dar se lasă posibilitatea adăugării răspunsurilor libere.

2.2.4. *Construcţia chestionarului*

Construcţia unui chestionar este, de regulă, o muncă colectivă. Astfel, se aprofundează înţelegerea unor probleme, se unifică anumite puncte de vedere şi există o stimulare mentală propice creării unui bun instrument. Participarea mai multor cercetători conduce la o mai bună operaţionalizare şi la emiterea mai multor întrebări şi la o mai mare varietate a lor. De asemenea, acest fapt dă posibilitatea eliminării întrebărilor nepotrivite, a celor puţin productive sau greşit formulate.

Chestionarul trebuie să aibă o ordine logică a întrebărilor, să permită reţinerea uşoară din partea operatorului, să fie mai puţin obositor pentru intervievat etc. Întrebările trebuie să se succeadă natural, fiecare să aibă o relativă legătură cu precedenta, fără ruptură bruscă. În ceea ce priveşte redactarea întrebării din chestionar, cercetătorul trebuie să ţină seama de greutăţile populaţiei de a înţelege un anumit nivel al limbajului. De asemenea, trebuie să se verifice dacă este obositoare sub aspectul formulării, dacă întrebarea generează reacţii de protejare a imaginii personale, dacă este plicticoasă sau naşte teamă la subiect etc. (Berthier, 1998).

Reguli în formularea întrebărilor

1. Din intrebare să nu fie omise formulele de politeţe : „vă rugăm...” „dvs.”.
2. Întrebarea să nu fie complicată, cu termeni preţioşi sau nefamiliari subiectului, să fie gramatical corectă şi să respecte topica normală a frazei.
3. Să nu se pună două întrebări odată sau să se introducă în întrebare negaţii sau duble negaţii.

4. **Să nu se pună o întrebare tendenţioasă sau orientată care sugerează un răspuns într-o direcţie mai degrabă decât în alta. De exemplu: „Nu credeţi că...", „Nu găsiţi că...", „Nu ar trebui să...".**
5. Să se evite introducerea unor cuvinte încărcate emoţional sau valoric care riscă să creeze prejudecăţi participanţilor.
6. Să nu se formuleze întrebări imprecise, vagi, ambigui. De exemplu: „De cât timp locuiţi aici?", în loc de „De cât timp locuiţi în acest imobil, cartier, oraş?".
7. Evitarea introducerii în întrebare a cuvintelor extreme. Cuvinte ca „tot", „nimeni", „nici unul", „totdeauna", „niciodată" au un sens restrictiv.
8. Întrebările să nu fie repetitive, şablonate. Creează senzaţia de rutină, scade atenţia, se pierde din profunzimea judecăţii. Există formule care să exprime acelaşi lucru, dar în termeni diferiţi.

(*Sursa*: Berthier, N., *Les techniques d'enquête*, Armand Colin, Paris, 1998)

2.2.5. *Aplicarea chestionarului*

Operatorul primeşte din partea coordonatorilor anchetei lista adreselor unde vor identifica subiecţii cuprinşi în anchetă. Primul contact cu subiectul este foarte important. Operatorul este dator să se legitimeze, să-şi prezinte calitatea de colaborator al unei instituţii şi rolul său în cercetare. Se precizează în câteva cuvinte tema cercetării şi se insistă asupra caracterului anonim al chestionarului şi a confidenţialităţii datelor obţinute. Trebuie să se precizeze din start durata chestionării şi să se furnizeze absolut orice fel de date care ar duce la acceptarea sau refuzul în cunoştinţă de cauză a anchetei (Ghiglione şi Matalon, 1991). Atunci când chestionarul este aplicat într-un laborator, este necesară o atenţie sporită din partea cercetătorului pentru a diminua tensiunea subiectului confruntat cu un mediu nefamiliar.

Răspunsurile vor fi elaborate numai de către subiect (se evită participarea celorlalţi membri ai familiei în cazul chestionarelor aplicate la domiciliu) şi vor fi notate în formular numai de către operatorul de interviu. Eventualele observaţii vor fi consemnate imediat după despărţirea de subiect, în conformitate cu grila de colectare a acestora precizată în prealabil. De regulă, se notează reacţii semnificative ale subiecţilor, explicaţii suplimentare, eventualele ambiguităţi, dar şi elemente precum îmbrăcămintea, interiorul locuinţei etc.

2.3. Interviul

2.3.1. *Definire*

Alain Blanchet defineşte interviul drept „o convorbire între două persoane, un intervievator şi un intervievat, condusă şi înregistrată de intervievator. Scopul acestei convorbiri este de a favoriza producerea unui discurs pe o temă definită de un cadru de cercetare" (Blanchet *et al.*, 1985). Interviul de cercetare este o tehnică de obţinere, prin întrebări şi răspunsuri, a informaţiilor verbale de la indivizi şi grupuri umane în vederea verificării ipotezelor sau pentru descrierea științifică a fenomenelor socioumane. El presupune formularea unui consemn, construirea unui ghid tematic și planificarea unor strategii de ascultare și de intervenție.

Două tipuri de discurs care pot fi consemnate în interviuri: *secvențe narative* (relatări ale evenimentelor stimulate de intervenții, completări ale operatorului și de solicitarea unor precizări) și *secvențe informative* (opinii, sentimente, stimulate de relansări mai interpretative). Un rol important îl dețin relansările, adică acele intervenții ale operatorului de interviu care îmbracă forma unei parafraze sau a unui comentariu la enunțul precedent al celui intervievat (Blanchet *et al.*, 1985 ; Blanchet, Ghiglione, Massonnat și Trognon, 1987).

2.3.2. *Tipuri de interviuri*

Există mai multe clasificări ale interviului, în funcție de structurare, scop, directivitate, profunzime, domeniul aplicării, conținutul comunicării etc. (vezi Chelcea, Mărginean și Cauc, 1998). Combinând criteriul profunzimii cu cel al directivității, Grawitz (1996) sugerează următoarea tipologie :

Tip de interviu	Caracteristici principale
Interviul clinic (*utilizat în psihanaliză, psihoterapie*)	Se caracterizează prin non-directivitate (număr redus de întrebări, formulare spontană a întrebărilor, volum mare de informații). Are rol terapeutic, rol explorator în cercetare și există posibilitatea creării unui cadru propice pentru manifestarea subiectului.
Interviul în profunzime (*utilizat în studiile de motivație*)	Vizează doar un aspect al persoanei și nu persoana în ansamblul ei, are în vedere profunzimea unui fapt și permite exprimarea liberă a personalității respondentului.
Interviul cu răspunsuri libere	Tema este mai bine conturată, interesul pentru persoană tinde să scadă în favoarea celui pentru o temă anume (socială, de exemplu), însă se păstrează un grad ridicat de non-directivitate.
Interviul centrat (*sau focalizat – focused interview*)	Tema este foarte bine conturată, întreaga discuție se desfășoară în jurul temei, non-directivitatea tinde să se schimbe spre directivitate.
Interviul cu întrebări deschise	Deja este un interviu structurat, directivitatea este destul de mare, libertatea respondentului rămâne numai la nivelul formulării răspunsului și nu la ansamblul discuției.
Interviul cu întrebări închise	Se apropie de structura chestionarului și unii autori consideră acest tip de interviu ca fiind chiar sinonim cu chestionarul.

2.3.3. *Ghidul de interviu*

Elementul crucial în această tehnică a intervievării este ghidul de interviu. De alcătuirea sa depinde cea mai mare parte a succesului interviului. Ghidul este un ansamblu structurat de teme și întrebări care organizează activitatea de ascultare și de intervenție a operatorului.

Ghidurile de interviu sunt foarte diverse ca formă. Cele mai simple au indica numai câteva teme, în timp ce altele, mai complexe, conțin liste lungi de subiec teme sau întrebări specifice. Mărimea și forma ghidului sunt dictate de tipul cerc tării. Ghidul poate fi mai elaborat, uneori standardizat, pentru cercetările cu te cantitativistă sau unde domeniul este relativ cunoscut de cercetător. Dimpotrivă, poate fi mai puțin elaborat pentru cercetările exploratorii sau cele în care aspec cantitativ contează mai puțin (Iluț, 1997).

Câteva precauții trebuie avute în vedere în alcătuirea ghidului de interviu. primul rând, temele sau întrebările cuprinse în interviu trebuie să acopere pe c posibil întregul domeniu sau obiect cercetat. Trebuie, de asemenea, să urmărim structură simplă, cu o logică internă care să asigure o derulare optimă a discuției o memorare facilă. Este indicată evitarea întrebărilor lungi sau a celor duble care p deruta subiectul. De asemenea, este bine să alegem cuvinte uzuale și lipsite d ambiguitate.

2.3.4. *Focus-grupul*

Focus-grupul este o formă a interviului de grup care are ca principală caracteristic focalizarea, deci concentrarea discuțiilor asupra unei teme precizate dinainte. Avant jele acestei tehnici constau în obținerea rapidă a unui volum mare de informații de participanți, precum și la surprinderea interacțiunilor dintre aceștia (Morgan, 1997)

Grupurile sunt organizate, conduse de un moderator și cuprind subiecți selecțio nați după o procedură de eșantionare. Uneori este nevoie de un eșantion omogen su aspectul unei anumite caracteristici sociologice (spre exemplu, dacă am studi adaptabilitatea școlară la primul an de liceu, subiecții ar fi omogeni sub aspect vârstei). Alteori, omogenitatea eșantionului poate fi o piedică în calea obținerii uno rezultate valide. Spre exemplu, ne propunem să cercetăm opinia asupra unui produ nou lansat pe piață. Dacă consumatorii aparțin tuturor categoriilor de vârstă, precu și ambelor sexe, atunci va trebui, obligatoriu, să avem reprezentanți proporțional di toate segmentele populaționale implicate. Din eșantion se extrag grupurile partici pante la ședință. În general, se recomandă ca un grup să conțină în medie 8 parti cipanți, dar se admit variații între limitele extreme de 4 și 12, în funcție de scopuril cercetării (Greenbaum, 1998). Locul de derulare a interviului poate fi chiar instituți în care își desfășoară participanții activitatea (o firmă sau un spital, de exemplu) sau frecvent în cazul grupurilor eterogene, un loc neutru (institut, școală, universitate)

Etapa cea mai importantă este derularea propriu-zisă a focusului. În acest ca contează stilul moderatorului. Acesta va trebui să se pregătească dinainte, să s familiarizeze cu tema cercetării și să-și formuleze un ghid orientativ. Ghidul are rolu de a furniza stimuli de discuție în cazul în care aceasta lâncezește. Moderatoru trebuie să gestioneze cu mult tact discuția, să fie permanent atent la ce se întâmpl și să intervină numai când este necesar. Intervențiile sale sunt indicate în cazul î care trebuie să potolească tendința de monopolizare a discuției de către un participant, când trebuie să stimuleze un membru al grupului care este mai timid și nu reușeș să-și expună punctul de vedere sau când discuția se îndepărtează de subiect și est necesară readucerea ei spre stimulul focal, adică menţinerea focalizării (Stewart şi Shamdasani, 1990). Colectarea datelor se face prin intermediul aparatelor audio sau video. Indiferent de modalitatea de înregistrare, este necesară obţinerea consimţământului persoanelor intervievate.

2.3.5. *Analiza datelor obţinute prin interviuri*

Materialul obţinut prin intervievare poate fi prelucrat utilizând tehnici ale *analizei de conţinut*. Prin analizele de conţinut se descompune ansamblul unui discurs în elemente mai simple, apoi acestea sunt cuantificate în vederea clasificării, măsurării sau ierarhizării lor. Practic, astfel de tehnici convertesc un material calitativ într-unul cantitativ.

Prepararea materialului presupune transcrierea integrală a discursului, în formă dactilografiată, în două sau trei exemplare, cu spaţii marginale pe stânga şi pe dreapta pentru diverse notaţii. Transcrierea trebuie să cuprindă atât elemente lingvistice, cât şi paralingvistice (notarea tăcerilor, onomatopeelor, tulburărilor de vorbire, aspectelor emoţionale ca râsul sau tonul ironic). Uneori, la un volum mare de informaţii, transcrierea trebuie, obligatoriu, să fie selectivă. Se reţin pasajele reprezentative şi se transcriu cu o etichetă la început (un nume, un titlu sugestiv, o propoziţie din discursul subiectului).

Ghiglione *et al*. (1980) consideră că există trei elemente care pot fi luate în analiză: *categoria tematică*, *tema* şi *specificaţia*. *Categoria tematică* are un grad mare de generalitate şi se referă la aspectele fundamentale, centrale ale discursului. Într-o categorie tematică sunt cuprinse mai multe teme, asociate ideii centrale, care fundamentează categoria. *Tema* are un grad de generalitate mai mic decât categoria, fiind subsumată acesteia. În fapt, ea este o idee, o unitate de sens, o remarcă, un cuvânt, propoziţie, frază, o situaţie de un anumit tip care străbate un text, cu mici variaţii. Caracteristica temei este aceea de a putea fi recunoscută ca atare, indiferent de variaţia, fluctuaţia şi, în general, individualitatea discursului. În sfârşit, *specificaţia* este aspectul particular al temei, variaţia de care aminteam mai sus.

Prin analiza de conţinut se contabilizează frecvenţe, se stabilesc ponderi, repetiţii tematice, recurenţe ideatice, contingenţe tematice etc. Aceste date, coroborate cu alte informaţii, stau la baza interpretării întregului corpus discursiv al subiecţilor.

3. Experimentul

3.1. Definire

Cercetarea experimentală este o abordare ştiinţifică a realităţii cu scopul stabilirii unei relaţii de tip *cauză-efect* între două fenomene observabile şi măsurabile. Cercetătorul îşi propune să stabilească această relaţie păstrând unele condiţii constante, controlate, şi variind altele, în funcţie de ipotezele formulate. Datorită rigurozităţii sale, experimentul este considerat prototipul metodelor de cercetare ştiinţifică (Deaux şi Wrightsman, 1988 ; Christensen, 2001).

Cea mai importantă caracteristică a experimentării este aceea de a fi o metodă predictivă. Prin aceasta, cercetătorul poate indica cu siguranţă că, în anumite condiţii, un anume fenomen se va întâmpla cu regularitate. Pentru atingerea acestui scop, predicţia respectivă trebuie să fie testabilă, adică să existe posibilitatea practică de manipulare a condiţiilor de derulare a fenomenelor studiate şi de observare a lor (Myers şi Hensen, 1997).

În esenţă, experimentul psihologic presupune măsurarea comportamentului uman în cel puţin două situaţii în care s-au montat condiţii diferite de manifestare. Schimbarea comportamentală observată, aşadar diferenţa dintre cele două măsurări, stă la baza confirmării sau infirmării ipotezelor formulate. Noţiunile „variabilă" şi „plan experimental", ca şi distincţia experiment – cvasiexperiment, sunt fundamentale în acest tip de cercetare.

3.2. Variabile experimentale

În psihologie, prin termenul *variabilă* se desemnează o anumită proprietate (caracteristică fizică sau socială) măsurabilă a unui obiect sau fenomen care poate lua două sau mai multe valori situate de-a lungul unui continuum psihologic (McBurney, 1994 ; Frankfort-Nachmias şi Nachmias, 1996 ; Nation, 1997). În general, trei tipuri de variabile sunt invocate în cercetarea ştiinţifică : *independente*, *dependente* şi *de control*.

3.2.1. *Variabile independente*

Variabila independentă este un factor experimental considerat responsabil de variaţiile unui comportament şi care este manipulat de experimentator. Manipularea variabilei independente permite să se studieze impactul acesteia asupra unor comportamente ale subiecţilor. În practica cercetării se vorbeşte despre *nivelul variabilei*, adică valoarea pe care experimentatorul o dă acestei variabile.

După Myers şi Hensen (1997), variabilele independente sunt de trei categorii : de mediu, de sarcină şi de personalitate. *Variabilele de mediu* se referă la aspecte ale mediului fizic care sunt modificate de cercetător în cadrul experimentului. De exemplu, iluminarea (puternică, medie, slabă), zgomotul (intens, redus), temperatura camerei (ridicată, medie, scăzută) etc. sunt variabile de mediu. *Variabilele de sarcină* sunt cele care corespund unor variaţii ale sarcinilor experimentale. De exemplu, se poate varia complexitatea sarcinii (simplă, complexă), nivelul înţelegerii (silabe cu sens, silabe fără sens), prezentarea materialului (auditiv, vizual) etc. *Variabilele de personalitate* sunt cele referitoare la vârstă, personalitate, sex, apartenenţă socială, etnică, religioasă etc. Acest tip de variabilă este specifică studiilor cvasiexperimentale. Practic, cercetătorul nu manipulează variabila, ci selectează anumite valori ale acesteia care vor fi utilizate în cercetare. În strânsă legătură cu variabilele independente se află noţiunea de *condiţie experimentală*. Condiţia experimentală este modul particular în care este tratat un grup de subiecţi.

3.2.2. *Variabile dependente*

Variabila dependentă este rezultatul manipulării variabilei independente. Din perspectiva relației stimul - răspuns, variabila independentă ar fi stimulul, iar cea dependentă, răspunsul (Nation, 1997). Ea este ceea ce de fapt observă și măsoară cercetătorul și exprimă, în mod matematic, comportamentele subiecților.

După Nation (1997), există mai multe tipuri de variabile dependente: comportamentale, cognitive și biologice. *Variabilele dependente biologice* se referă la măsurări obținute prin înregistrări fiziologice cu privire la morfologia sau fiziologia organismului. Pot fi date referitoare la presiunea sanguină, undele cerebrale, ritmul cardiac, rezistența galvanică a pielii, temperatura corpului etc. *Variabilele dependente comportamentale* sunt observabile empiric și direct măsurabile. Ele se referă la cele mai variate comportamente ale subiecților, cum ar fi viteza de reacție la anumiți stimuli, recunoașterea unor semne sau silabe, aprecierea unor distanțe etc. Prin colectarea acestor răspunsuri, experimentatorul poate stabili o legătură directă între manipularea experimentală și manifestarea unui comportament. *Variabilele dependente cognitive* au în vedere manifestări ale subiectului care pot fi doar indirect măsurate, cum ar fi cele legate de gândire, rezolvare de probleme, raționament etc. Prin măsurarea acestor variabile se pot infera explicații privitoare la procesele cognitive neobservabile în mod direct.

3.2.3. *Variabile de control*

În cercetarea experimentală se utilizează termenul *variabilă de control* pentru a desemna variabila al cărei efect vrem să-l controlăm sau să-l eliminăm (Punch, 1998). Se verifică astfel certitudinea relației dintre variabila independentă și cea dependentă - altfel spus, efectul obținut să nu fie explicat prin prezența altei variabile decât cea independentă (Frankfort-Nachmias și Nachmias, 1996). Practic, dacă influența altor variabile este controlată sau eliminată, iar valoarea variabilei dependente se menține, atunci relația cauză - efect (variabilă independentă - variabilă dependentă) este una adevărată. În general, ne propunem să controlăm acele variabile pentru care există suspiciunea că ar influența rezultatele cercetării.

Variabilele pot fi clasificate și după alte criterii. O distincție se face între variabilele *discrete* și cele *continue* (Christensen, 2001). Variabilele *discrete* se prezintă în unități sau categorii. De exemplu, sexul, numărul de copii din familie, prezența sau absența unui stimul etc. Variabilele *continue* sunt cele ale căror valori se exprimă de-a lungul unui continuum de numere întregi și fracționate, teoretic fără posibilitatea stopării fracționării. De exemplu, putem măsura timpul de latență în secunde, dar aparate mai perfecționate pot măsura în zecimi de secundă, sutimi, miimi etc. Practic, nu există decât o limitare a percepției și a aparatelor noastre.

Din perspectiva nivelurilor măsurării, se disting două tipuri de variabile dependente: *calitative* (categoriale) și *cantitative* (numerice). Cele *categoriale* variază ca tip și corespund nivelului nominal de măsurare: sex (masculin și feminin), religie (ortodox, catolic, protestant), mediu de provenienţă (rural, urban) etc. Variabilele *cantitative* aparţin nivelurilor ordinal şi de interval de măsurare. Astfel, atitudinea faţă de un partid politic (măsurare pe o scală în mai multe trepte, de la acord total până la dezacord total), timpul de latenţă, temperatura, numărul de silabe reproduse, distanţa apreciată etc. sunt câteva exemple de astfel de variabile. În practică, există o suprapunere a înţelesului variabilelor calitative peste cel al variabilelor discrete, precum şi a celor cantitative peste cele continue. De aceea, unii autori le tratează ca similare (Punch, 1998).

Punch (1998) consideră că adesea, în terminologia metodologică, se întâlnesc substitute ale denumirilor celor două tipuri de variabile. Astfel, pentru variabila independentă, se mai utilizează termeni precum *factor*, *cauză*, *variabilă explicativă* sau *predictivă*. Pentru variabila dependentă se mai folosesc şi termenii *efect*, *măsurare* sau *rezultat experimental*. Însă cele mai răspândite sunt denumirile de variabilă *independentă* şi *dependentă*, valabile pentru oricare tip de cercetare, experimentală sau non-experimentală.

3.3. Experimente şi cvasiexperimente

Din perspectiva controlului variabilelor şi deci a preciziei datelor obţinute, se face distincţia între *experimente* şi *cvasiexperimente*. Experimentele sunt proceduri de cercetare în care experimentatorul are un control ridicat asupra tuturor aspectelor implicate şi, prin urmare, posibilitatea tragerii unor concluzii indubitabile asupra cauzelor unui fenomen psihologic (McBurney, 1994). Aceasta presupune manipularea variabilelor independente în conformitate cu ipotezele cercetării, repartizarea randomizată a subiecţilor în condiţiile experimentale şi controlul deplin al variabilelor implicate în studiu.

Cvasiexperimentele sunt proceduri ştiinţifice în care cercetătorul exercită un *control mai slab* asupra derulării cercetării. Dacă în experimente *se manipulează* variabila, în cvasiexperimente *se observă manifestarea variabilei*. Dacă într-un experiment putem creşte sau scădea gradul de manifestare al unei variabile, obţinând astfel diverse variaţii, într-un cvasiexperiment trebuie să ne mulţumim cu ceea ce natura ne poate pune la dispoziţie. De asemenea, pentru cvasiexperimente se selectează subiecţii din *grupuri preexistente*. Cvasiexperimentele mai sunt denumite şi *ex post facto*, tocmai datorită faptului că dispunem de grupuri deja formate (McBurney, 1994).

De exemplu, dacă ne propunem să studiem efectele recompensei în învăţare la copiii de o anumită vârstă, vom organiza un experiment în care vom putea varia tipul de recompensă (mare, mică), materialul învăţării (scris, imagistic) şi vom repartiza subiecţii într-o manieră randomizată. Dar dacă ne interesează diferenţele de sex în percepţia culorilor, vom organiza un cvasiexperiment, deoarece nu putem crea noi înşine categoriile de sex, ci trebuie să selectăm subiecţii din grupurile preexistente.

3.4. Planuri experimentale

Un plan experimental reflectă structura generală a unui experiment (variabile, condiții experimentale) și nu dă detalii despre modul de desfășurare, ipoteze etc. Sunt mai multe elemente implicate în clasificarea planurilor experimentale : numărul variabilelor independente, numărul condițiilor experimentale date de nivelurile variabilelor independente și utilizarea unui singur grup (comparații în cadrul aceluiași grup) sau a mai multor grupuri (comparații între ele) (Christensen, 2001).

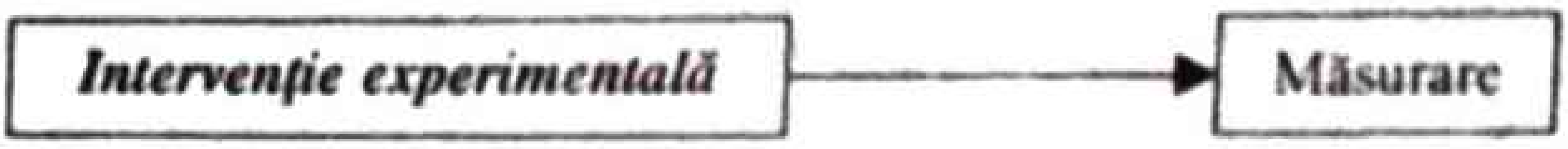
În forma sa cea mai simplă, experimentul presupune efectuarea a două măsurări : una înaintea manipulării experimentale, iar cealaltă după aceasta. Diferența dintre prima măsurare (pretestare) și a doua măsurare (posttestare) reflectă efectul variabilei independente (Frankfort-Nachmias și Nachmias, 1996).

3.4.1. *Experimente cu un sigur grup*

Sunt acele planuri experimentale în care aceiași subiecți trec prin diferite condiții experimentale sau niveluri ale variabilei independente (Nation, 1997). Se mai numesc și planuri experimentale cu măsurări repetate. Avantajele acestui tip de experiment sunt date de controlul mai ridicat al variabilelor și costul redus (număr mai mic de participanți per ansamblu). Dezavantajele se referă la imposibilitatea eliminării ipotezelor rivale și la transferul unor elemente de la o măsurare la alta (influențe nedorite). Astfel de planuri pot fi clasificate în cel puțin trei categorii : *cu o singură măsurare* (după intervenția experimentală), *cu două măsurări* (una înainte și alta după intervenție) și *cu măsurări multiple*.

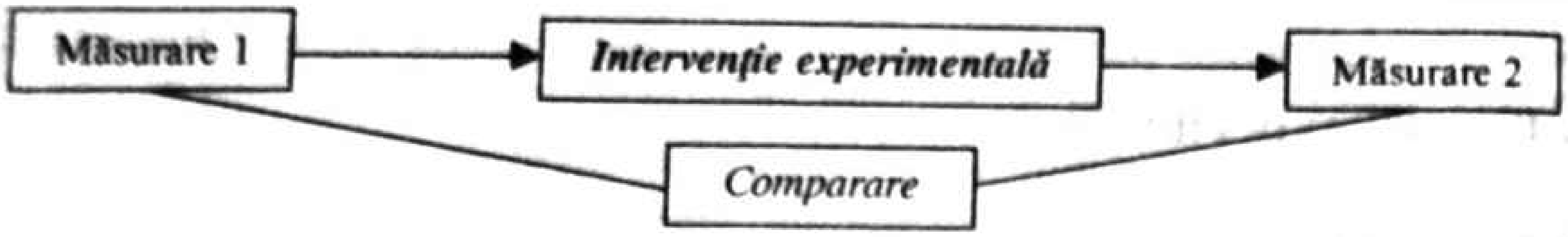
a. Un singur grup cu măsurare după intervenția experimentală (plan posttest)

Este un plan experimental foarte simplu, în care răspunsurile subiecților unui grup sunt colectate după o intervenție a cercetătorului. De exemplu, niște subiecți pot urma un curs de perfecționare a unei deprinderi și apoi se măsoară performanța, pentru a se vedea eficiența metodei și nivelul atins de participanți. Această modalitate este imprecisă, deoarece nu permite o comparație între nivelul de plecare al subiecților și cel atins după intervenția experimentală.



b. Un singur grup cu măsurare înainte și după intervenția experimentală (plan pretest – posttest)

Pentru a înlătura neajunsul de mai sus, se impune o măsurare înainte și una după intervenția experimentală. În această situație, comparația este posibilă. De exemplu, efectele unui nou medicament pot fi evaluate dacă se realizează o măsurare a funcțiilor biologice ale unui grup de subiecți înainte și după administrarea respectivului medicament. Diferența dintre cele două măsurări indică efectul intervenției experimentale.


Măsurare 1
Intervenție experimentală
Măsurare 2
Comparare

c. Un singur grup cu măsurări multiple

Grupul experimental trece prin mai multe măsurări, iar comparaţia rezultatelor ofe o imagine asupra efectului manipulării variabilei independente. Putem avea dou situaţii. Prima se referă la existenţa unei singure variabile independente şi mai mul măsurări, la trecerea aceloraşi subiecţi prin condiţiile A, B, C etc. Există şi a dou posibilitate, mai rară în cercetarea experimentală, în care sunt implicate două sa mai multe variabile independente. În cazul a două variabile independente, plan experimental are patru condiţii prin care trec aceiaşi subiecţi.

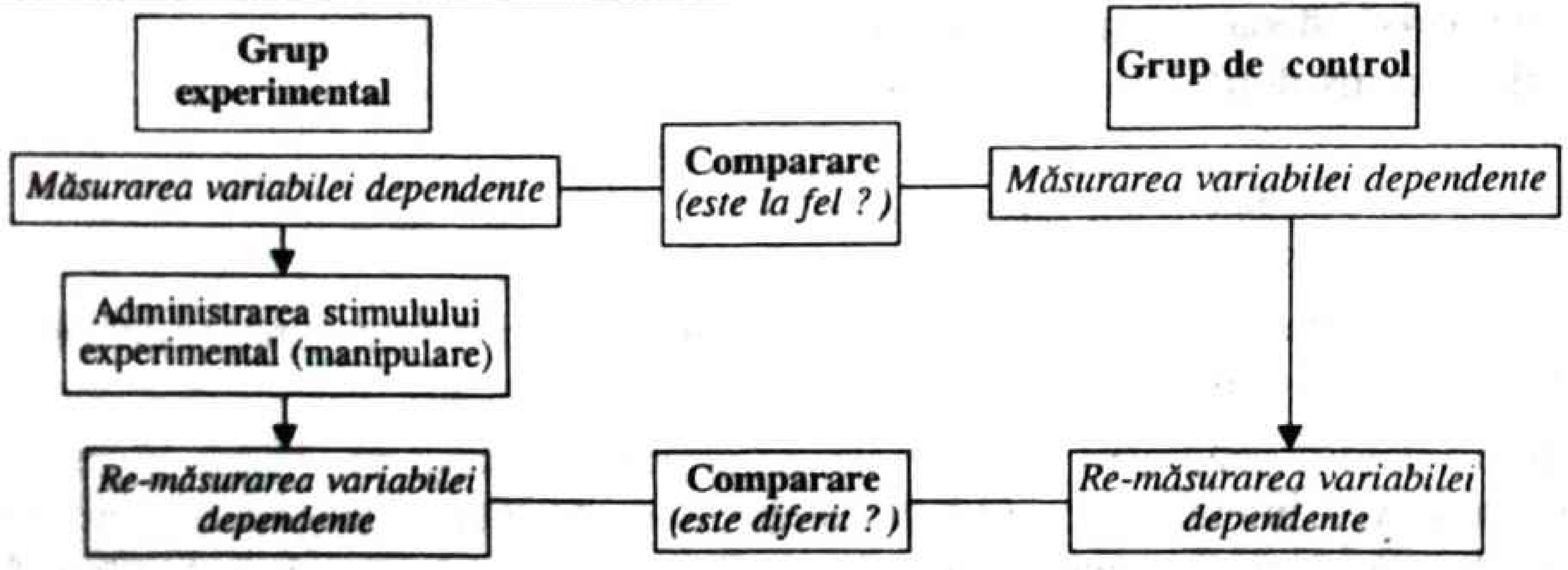
3.4.2. *Experimente cu două sau mai multe grupuri*

În acest tip de experiment, principala sarcină a experimentatorului este repartizare randomizată a subiecţilor în grupuri, astfel încât să existe o bună echivalare a lor. De regulă, planurile experimentale cu două sau mai multe grupuri sunt clasificate în două categorii : planuri cu o singură variabilă independentă şi planuri cu două sa mai multe variabile independente (factoriale).

a. Planuri experimentale cu o singură variabilă independentă

Planuri cu un grup experimental şi un grup de control

Acestea presupun existenţa unui *grup experimental* (subiecţii aflaţi în condiţia expe rimentală, supuşi manipulării, tratamentului experimental) şi a unui *grup de contro* (subiecţi aflaţi în condiţia de control, care nu trec prin manipularea experimentală). Practic, pentru aceştia din urmă, variabila independentă rămâne neschimbată şi cercetă torul măsoară variabila dependentă, în afara oricărei influenţe. Grupul de control ser veşte la atingerea a două obiective. Pe de o parte, el este utilizat ca sursă de comparare, iar pe de altă parte, ca modalitate de control pentru variabilele implicate în experiment. În forma sa clasică, un astfel de plan experimental arată ca în schema de mai jos.


Grup experimental
Grup de control
Măsurarea variabilei dependente
Comparare (este la fel ?)
Măsurarea variabilei dependente
Administrarea stimulului experimental (manipulare)
Re-măsurarea variabilei dependente
Comparare (este diferit ?)
Re-măsurarea variabilei dependente

(*Sursa* : Babbie, E., *The Practice of Social Research*, Wadsworth Thomson Learning, 2001)

Planuri cu două grupuri sau mai multe grupuri experimentale

În forma sa cea mai simplă, acest tip de plan presupune utilizarea a două grupuri experimentale obţinute prin repartizarea randomizată a subiecţilor. Uneori nu este nevoie de o condiţie de control şi atunci subiecţii sunt repartizaţi în două grupuri, fiecare grup corespunzând unui nivel diferit al variabilei independente.

Ştiri bune, ştiri rele

Holloway şi Hornstein (1976) au realizat o cercetare cu două grupuri experimentale prin care au vrut să testeze influenţa ştirilor difuzate de mass-media asupra percepţiei naturii umane. Subiecţilor li se spunea că trebuie să aştepte începerea experimentului într-o sală alăturată, dar în realitate experimentarea se derula chiar de la intrarea lor. În timp ce aşteptau, ascultau muzică la radio. La un moment dat, muzica se întrerupea şi urma prezentarea unei ştiri. La un grup ştirea era „pozitivă" : un om a fost salvat datorită gestului altruist al unei persoane care i-a donat un rinichi. La celălalt grup ştirea era „negativă" : se anunţa omorârea unei femei în vârstă de către vecinul ei, un cleric respectabil. După difuzarea ştirii, revenea muzica, iar la câteva momente după aceea cercetătorii anunţau începerea experimentului. Subiecţii îşi exprimau opinia cu privire la natura umană pe diverse scale. Rezultatele au confirmat ipoteza : expunerea la ştiri pozitive conduce la formarea unor opinii favorabile despre morală, umanitate etc., în timp ce expunerea la ştiri negative influenţează în sens invers aceste opinii.

(*Sursa* : Myers, A. ; Hensen, C.H., *Experimental Psychology*,
Brooks/Cole Publishing Co., 1997)

Mai există şi posibilitatea utilizării a două grupuri experimentale şi a unui grup de control. De exemplu, în experimentul lui Aronson şi Mills din 1959 privind paradigma iniţierii severe în disonanţa cognitivă, s-au utilizat trei grupuri. Un grup nu a primit testarea experimentală (condiţia de control), iar celelalte două au trecut prin intervenţia experimentală. În unul dintre acestea din urmă, subiecţii au trebuit să citească texte jenante (iniţierea severă), în celălalt, texte nejenante (iniţierea uşoară) (pentru detalii, vezi Doise, Mugny şi Deshamps, 1996).

Pe acelaşi principiu pot fi mobilizate mai mult de două grupuri experimentale, corespunzătoare, desigur, mai multor niveluri ale uneia şi aceleaşi variabile independente.

b. Planuri cu două sau mai multe variabile independente (planuri factoriale)

Aceste planuri sunt mult mai complexe, teoretic putând fi luate în calcul o mulţime de variabile independente, dar practic rar depăşindu-se cifra de trei variabile. Planurile factoriale de tip 2 × 2 sunt cele mai simple şi mai frecvent utilizate în practica experimentală.

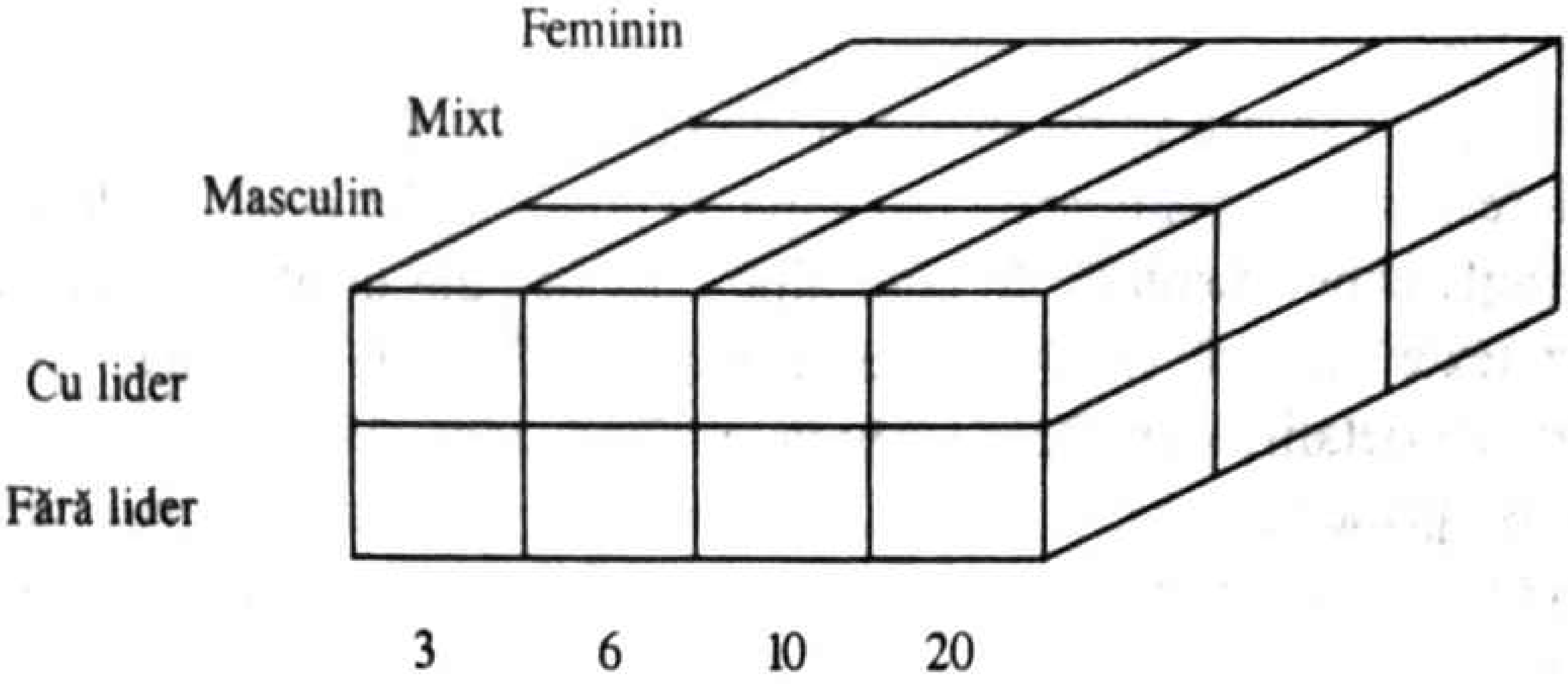
Să luăm un exemplu, după Martin (1996), privind atingerea consensului în cadrul discuţiilor de grup. Una dintre variabilele independente poate fi „lider", cu două niveluri: prezența sau absența din grup a unui lider desemnat. A doua variabilă putea fi „mărimea grupului", având și ea două valori: 3 și 6 membri. Acest pl experimental este unul de forma 2 × 2, cu patru grupuri.

	3 membri	**6 membri**
Cu lider	Grup 1	Grup 2
Fără lider	Grup 3	Grup 4

Planul poate fi transformat ușor în unul de tip 2 × 4, dacă ne propunem surprindem manifestarea a încă două niveluri ale variabilei „mărimea grupulu (10 și 20 de membri). În experimentul astfel modificat este nevoie de 8 grupuri.

	3 membri	**6 membri**	**10 membri**	**20 membri**
Cu lider	Grup 1	Grup 2	Grup 3	Grup 4
Fără lider	Grup 5	Grup 6	Grup 7	Grup 8

După cum se observă, până acum am dispus de două variabile independente. Ma putem introduce și o a treia variabilă independentă, „sexul participanților". Dacă n interesează trei categorii de grupuri din perspectiva acestei variabile (feminin, mix și masculin), atunci vom concepe un plan experimental de tip 2 × 3 × 4 (24 d grupuri), ca în schema de mai jos.



Desigur, cu cât mărim numărul de variabile, cu atât avem nevoie de mai mulț subiecți și de modele tot mai complexe de prelucrare a datelor. Studiul interacțiunii dintre variabile este avantajul major al montării experimentelor cu planuri factoriale.

4. Etica cercetării

În ultimii ani, psihologii au devenit tot mai conştienţi de diversele probleme etice care pot fi asociate practicii cercetării sociale. APA (*American Psychological Association*) a redactat în mai multe rânduri manuale privind aspectele etice ale cercetării implicând subiecţi umani şi animali.

Una dintre principalele griji ale psihologului este aceea de a nu induce subiectului un stres psihologic excesiv. Mai multe comportamente pot fi incluse în această categorie a stresului psihologic : invazia intimităţii, situaţii umilitoare pentru natura umană, situaţii penibile etc. Psihologul social doritor să înţeleagă mai bine fenomene sociale îşi propune să le studieze într-un context cât mai real posibil. Astfel de abordări pot determina cercetătorul să „monteze" aspecte negative ale comportamentului social şi să creeze experimental anumite situaţii care riscă să fie mai mult sau mai puţin defavorabile psihic subiectului.

Alt aspect etic este înşelarea subiecţilor, o practică curentă şi discutabilă. Deseori, subiecţii nu trebuie să afle de la început scopurile experimentului, deoarece cunoaşterea lor ar compromite întreaga cercetare. De aceea, o strategie utilizată de psihologi pentru a contracara această influenţă asupra derulării studiului este de a prezenta cercetarea în aşa fel încât să ascundă scopul său real. Prin urmare, cercetătorul omite să ofere anumite informaţii subiectului sau chiar prezintă un alt scop, evident fals, al studiului respectiv.

De asemenea, etica cercetării cere ca subiecţii participanţi la experiment să fie suficient de bine informaţi pentru a alege între participarea sau neparticiparea la acesta. Mai mult decât atât, subiecţii trebuie să aibă dreptul de a înceta participarea la experiment atunci când li se pare că situaţia impune acest lucru (acest aspect i se explică subiectului chiar de la începutul derulării experimentului şi deseori apare în consimţământul scris – *acordul în cunoştinţă de cauză* – pe care acesta îl dă la începerea experimentului).

Acord în cunoştinţă de cauză
pentru participarea la un proiect de cercetare

Numele participantului ________________________________
Titlul proiectului ________________________________
Numele cercetătorului ________________________________

Sunt de acord să particip de bună voie la acest studiu. Am înţeles că pot să-mi încetez participarea în orice moment al cercetării, fără ca acest lucru să-mi pericliteze situaţia mea la Universitatea________________ (*numele universităţii*). Cercetarea mi-a fost descrisă de către experimentator, care mi-a răspuns la toate întrebările legate de aceasta. Drept care autorizez această persoană să măsoare anumite comportamente ale mele. Am înţeles că cercetarea presupune ca eu să________________________________ (*se numesc procedurile experimentale*). Rezultatele acestei cercetări pot fi prezentate la întruniri profesionale sau publicate în reviste de specialitate. După terminarea cercetării, rezultatele îmi vor fi comunicate personal. Participarea mea este condiționată de următoarele aspecte:

1. Luarea tuturor măsurilor pentru menținerea confidențialității răspunsurilor mele.
2. Numele meu sau al familiei mele nu vor fi folosite și nici nu vor fi create condiții de identificare în materialele finale.
3. Rezultatele mele individuale nu vor fi raportate, ci numai cele comune tuturor subiecților sau ale unui grup.

(*Semnătura participantului*) (*Semnătura cercetătorului*)

____________________ ____________________

O altă obligație a experimentatorului este aceea de a organiza un *debriefing*. Î cercetare, acest termen se referă la o serie de proceduri postexperimentale cum ar f relaxarea subiecților, reconfortarea psihică a participanților la experiment; explicarea scopurilor adevărate ale cercetării (dacă s-a folosit procedura înșelării subiecților); explicarea planurilor experimentale, a procedurilor și semnificației acestora; anularea efectelor modificărilor de opinie, atitudinale sau ale învățării anumitor comportamente; prezentarea rezultatelor individuale și colective, dacă acest lucru este posibil imediat după experiment etc.

REZUMAT

În psihologia socială, cercetarea își propune observarea, descrierea, explicarea și predicția comportamentelor individuale sau colective în raport cu diverși stimuli sociali. Elementele fundamentale ale acestui proces sunt ipoteza (o presupunere a cercetătorului privitoare la legătura de tip cauză-efect dintre două fapte), teoria (un model capabil să integreze rezultatele și să schițeze legi de funcționare a comportamentelor) și metoda (calea prin care ipotezele pot fi verificate). Ancheta și experimentul sunt metodele cele mai utilizate în psihologia socială.

În ceea ce privește ancheta, principalele sale etape sunt: identificarea temei cercetării, formularea ipotezelor, operaționalizarea conceptelor, eșantionarea, aplicarea instrumentului de cercetare, analiza datelor și redactarea raportului de cercetare. Chestionarea și intervievarea sunt tehnicile de bază în realizarea unei anchete.

Elementele de bază ale unui experiment sunt: variabila independentă (un factor care este manipulat de experimentator), variabila dependentă (efectul intervenției variabilei independente) și variabila de control (un factor constant menținut pe parcursul cercetării). Prezentarea unui experiment se poate face printr-un plan experimental, care este un tablou sintetic al cercetării cuprinzând numărul, tipul și poziția variabilelor implicate și a grupurilor de subiecți.

Întrebări şi teme de reflecţie

1. Definiţi teoria, ipoteza şi metoda şi arătaţi care sunt relaţiile dintre ele.
2. Arătaţi ce este ancheta şi care sunt etapele principale ale acesteia.
3. Pentru o cercetare pe tema „Integrarea europeană a României", faceţi operaţionalizarea necesară utilizând modelul furnizat în acest capitol.
4. Arătaţi deosebirile dintre cele trei tipuri de întrebări utilizate într-un chestionar, avantajele şi dezavantajele lor. Daţi exemple corespunzătoare.
5. Construiţi un ghid de interviu pentru o cercetare pe tema copiatului la examene.
6. Definiţi variabilele utilizate într-un experiment şi clasificaţi-le în funcţie de tipul lor.
7. Arătaţi diferenţele dintre experimente şi cvasiexperimente. Daţi exemple.
8. Explicaţi rostul unui plan experimental şi indicaţi tipurile principale în funcţie de numărul de grupuri şi numărul de variabile utilizate.
9. Construiţi un plan experimental de tip 2 × 2 în care cele două variabile independente să fie „stima de sine" şi „tipul de lider în grup". Utilizaţi pentru aceasta informaţiile teoretice furnizate de celelalte capitole din acest manual. Precizaţi, de asemenea, cum aţi colecta variabila dependentă.
10. Arătaţi în ce măsură procedeul înşelării subiecţilor este o tehnică ce respectă etica cercetării.

Lecturi recomandate

Chelcea, S. (2001). *Metodologia cercetării sociologice: metode cantitative şi calitative*. Bucureşti: Editura Economică.

Havârneanu, C. (2000). *Metodologia cercetării în ştiinţele sociale*. Iaşi: Erota.

Mărginean, I. (2000). *Proiectarea cercetării ştiinţifice*. Iaşi: Polirom.

Moser, C.A. (1967). *Metodele de anchetă în investigarea fenomenelor sociale*. Bucureşti: Editura Ştiinţifică.

Rotariu, T.; Iluţ, P. (1997). *Ancheta sociologică şi sondajul de opinie*. Iaşi: Polirom.

Bibliografie

Babbie, E. (2001). *The Practice of Social Research*. Wadsworth/Thomson Learning.

Baker, T.L. (1999). *Doing Social Research*. McGraw Hill.

Berthier, N. (1998). *Les techniques d'enquête*. Paris: Armand Colin.

Blanchet, A. *et al.* (1985). *L'entretien dans les sciences sociales*. Paris: Bordas.

Blanchet, A.; Ghiglione, R.; Massonnat, J.; Trognon, A. (1987). *Les techniques d'enquête en sciences sociales*. Paris: Bordas.

Bordeleau, Y. (1997). *Méthodes d'analyse et d'intervention en milieu organisationnel*. Montréal: Éditions Nouvelles.

Brehm, S.S.; Kassin, S.M. (1996). *Social Psychology*. New Jersey: Houghton Mifflin Co.

Chelcea, S. (1975). *Chestionarul în investigaţia sociologică*. Bucureşti: Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică.

Chelcea, S. (2001). *Metodologia cercetării sociologice : metode cantitative şi calitat*
Bucureşti : Editura Economică.

Chelcea, S. ; Mărginean, I. ; Cauc, I. (1998). *Cercetarea sociologică - metode şi tehni*
Deva : Editura „Destin".

Christensen, L.B. (2001). *Experimental Methodology*. Allyn and Bacon.

Combessie, J.C. (1996). *La méthode en sociologie*. Paris : Éditions La Découverte.

Deaux, K. ; Wrightsman, L.S. (1988). *Social Psychology*. Brooks/Cole Publishing Co.

Doise, W. ; Mugny, G. ; Deschamps, J.C. (1996). *Psihologie socială experimentală*. Iaşi
Polirom.

Dussaix, A.-M. ; Grosbras, J.-M. (1993). *Les sondages : Principes et méthodes*. Paris
PUF.

Flick, U. (1998). *An Introduction to Qualitative Research*. Sage Publications.

Frankfort-Nachmias, C. ; Nachmias, D. (1996). *Research Methods in Social Science*
London : Arnold.

Ghiglione, R. ; Beauvois, J.-L. ; Chabrol, C. ; Trognon, A. (1980). *Manuel d'analyse d*
contenu. Paris : Armand Colin.

Ghiglione, R. ; Matalon, B. (1991). *Les enquêtes sociologiques. Théories et pratique*. Paris :
Armand Colin.

Grawitz, M. (1996). *Méthodes des sciences sociales*. Paris : Dalloz.

Greenbaum, T.L. (1998). *The Handbook of Focus Group Research*. Sage Publications.

Havârneanu, C. (2000). *Metodologia cercetării în ştiinţele sociale*. Iaşi : Erota.

Iluţ, P. (1997). *Abordarea calitativă a socioumanului*. Iaşi : Polirom.

May, T. (1997). *Social Research. Issues, Methods and Process*. Open University Press.

Mărginean, I. (2000). *Proiectarea cercetării ştiinţifice*. Iaşi : Polirom.

McBurney, D.H. (1994). *Research Methods*. Brooks/Cole Publishing Co.

Morgan, D. (1997). *Focus Groups as Qualitative Research*. Sage Publications.

Moser, C.A. (1967). *Metodele de anchetă în investigarea fenomenelor sociale*. Bucureşti :
Editura Ştiinţifică.

Myers, A. ; Hensen, C.H. (1997). *Experimental Psychology*. Brooks/Cole Publishing Co.

Nation, J.R. (1997). *Research Methods*. Prentice Hall.

Punch, K.F. (1998). *Introduction to Social Research. Quantitative and Qualitative Approaches*.
Sage Publications.

Rotariu, T. ; Iluţ, P. (1997). *Ancheta sociologică şi sondajul de opinie*. Iaşi : Polirom.

Stewart, D.W. ; Shamdasani, P.N. (1990). *Focus Groups. Theory and Practice*. Sage Publications.

Stoetzel, J. ; Girard, A. (1975). *Sondajele de opinie publică*. Bucureşti : Editura Ştiinţifică
şi Enciclopedică.

Vlăsceanu, L. (1982). *Metodologia cercetării sociologice*. Bucureşti : Editura Ştiinţifică şi
Enciclopedică.

Vlăsceanu, L. (1986). *Metodologia cercetării sociale*. Bucureşti : Editura Ştiinţifică şi
Enciclopedică.

Concepte-cheie

Acord în cunoştinţă de cauză - un act privitor la o cercetare experimentală, semnat de cercetător şi subiect, în care sunt prevăzute drepturile şi obligaţiile fiecăruia.

Analiză de conţinut - o tehnică de descompunere a ansamblului unui discurs în elemente simple şi cuantificarea lor cu scopul clasificării, măsurării sau ierarhizării acestora.

Anchetă - ancheta psihosociologică este o metodă de cercetare prin intermediul căreia se colectează date de la un eşantion de subiecţi, de obicei prin interviuri şi/sau chestionare.

Chestionar - un instrument de anchetă (având de regulă forma unei liste de întrebări) prin intermediul căruia se obţin răspunsuri în scris de la subiecţii unei cercetări.

Cvasiexperiment - o formă a metodei experimentale în care condiţiile cercetării sunt mai puţin controlate şi subiecţii provin din grupuri preexistente.

Debriefing - procedură postexperimentală care constă, în principal, în anularea efectelor induse în cadrul cercetării asupra subiecţilor.

Eşantionare - o procedură de construcţie a unui ansamblu restrâns de indivizi, mai mult sau mai puţin reprezentativ pentru o populaţie, care se constituie în obiect de cercetare ştiinţifică.

Etică în cercetare - un ansamblu de principii şi reguli care ghidează munca ştiinţifică, atât cu referire la calitatea acesteia, cât şi la tratamentul subiecţilor.

Experiment - o metodă de cercetare ştiinţifică a relaţiilor dintre diverse fenomene într-un cadru strict controlat, bazată pe modificarea unor factori şi menţinerea constantă a altora.

Focus-grup - o formă a interviului de grup în care discuţiile se derulează după anumite reguli şi sunt concentrate pe o temă stabilită în prealabil.

Grup de control - ansamblul indivizilor situaţi în afara manipulării experimentale şi care sunt utilizaţi ca lot martor.

Grup experimental - ansamblul indivizilor supuşi manipulării experimentale.

Interviu - o tehnică a anchetei bazată pe întrebări şi răspunsuri, cu ajutorul căreia se obţin informaţii verbale de la subiecţii cercetării.

Ipoteză - un enunţ supus verificării ştiinţifice, care exprimă relaţiile posibile dintre două sau mai multe fenomene măsurabile.

Metodă - un ansamblu standardizat de reguli, operaţii şi mijloace tehnice prin care se atinge, în cercetarea ştiinţifică, un scop dinainte precizat.

Operaţionalizare - o etapă a cercetării ştiinţifice prin care conceptele sunt transformate în indicatori direct măsurabili.

Plan experimental - un tablou sintetic al cercetării cuprinzând numărul, tipul şi poziţia variabilelor implicate şi a grupurilor de subiecţi.

Plan factorial - un plan experimental care cuprinde două sau mai multe variabile independente.

Teorie - un sistem informaţional complex, ipotetico-deductiv şi explicativ, aplicabil unui domeniu al cunoaşterii.

Variabilă - caracteristică sau proprietate a unui obiect sau fenomen care poate lua, într-o cercetare, două sau mai multe valori.

Secţiunea a II-a

PROCESE INDIVIDUALE

- **Construcţia socială a personalităţii**
- **„Eul" în cogniţia socială**
- **Cogniţia socială**
- **Atribuirea**
- **Atitudinea şi schimbarea atitudinii**

Construcţia socială a personalităţii

Adrian Neculau, Cătălin Dîrţu

PREFAŢĂ

În capitolul de faţă vom încerca să trecem în revistă răspunsurile pe care psihologi de diferite orientări le-au dat întrebărilor referitoare la personalitate şi construcţia ei, punând un accent deosebit pe importanţa factorilor sociali în structurarea şi dezvoltarea personalităţii. În funcţie de natura acestor răspunsuri, am structurat capitolul pe patru secţiuni. O primă secţiune vizează determinanţii interni ai personalităţii, a doua îşi propune să contureze rolul determinanţilor sociali ai personalităţii, a treia, interacţionismul, prezintă încercările unor teoreticieni de a reconcilia punctul de vedere situaţionist cu cel al trăsăturii, iar cea de a patra şi ultima secţiune pune accent pe rolul culturii în construirea personalităţii.

1) Imediat după moartea tatălui său (Filip al II-lea), Alexandru Macedon, ajuns pe tron la doar 18 ani, s-a confruntat cu o puternică revoltă a oraşelor greceşti, care au considerat că era momentul oportun să scape din robia macedoneană. Istoricii ne relatează că, după ce a înfrânt această revoltă, Alexandru Macedon, ca represalii, a ras de pe faţa pământului Theba, oraşul care a condus coaliţia oraşelor greceşti, vânzându-i locuitorii ca sclavi. După câţiva ani buni, acelaşi Alexandru Macedon, în timpul unei petreceri, s-a înfuriat atât de tare, încât şi-a ucis cel mai bun prieten, gest pe care l-a regretat atât de mult, încât a doua zi cu greu a putut fi oprit să nu se sinucidă. Există oare o legătură între aceste două comportamente extreme ale lui Alexandru (şi altele similare), astfel încât să putem concluziona că în spatele acestora se află *o fire impulsivă*, aşa cum majoritatea istoricilor tind să i-o atribuie? Sau mai degrabă ar trebui să-i acordăm acestuia circumstanţe atenuante şi să considerăm că actele lui Alexandru Macedon au fost dictate de specificul *situaţiilor* în care a fost pus în calitate de monarh?

2) În bine cunoscutul său portret pe care i l-a făcut lui Ştefan cel Mare, cronicarul Grigore Ureche ne spune că domnitorul „era nu mare la stat.... dar iute la mânie şi degrabă vărsătoriu de sânge nevinovat", şi că „*deseori* (s.n.) la ospeţe omora fără judeţ". Pornind de la această descriere, putem afirma că Ştefan cel Mare a avut *o fire impulsivă*, aşa cum a ţinut să sugereze cronicarul? Sau mai degrabă putem pune actele sale pe seama *situaţiilor* complexe cu care s-a confruntat din postura lui de domnitor al Moldovei?

3) Într-un recent şi foarte mediatizat caz de contrabandă cu ţigări, caz cu profunde ramificaţii şi implicaţii politice (cazul „Ţigareta II", 1998), unul dintre condamnaţii la ani grei de puşcărie a fost şoferul care a asigurat transportul ţigărilor de la avionul aterizat pe aeroportul Otopeni la un depozit clandestin. La proces, şoferul a afirmat că nu a ştiut nimic despre ilegalitatea afacerii. Mai mult, aparţinând unei structuri militare şi fiind în timpul serviciului, el a argumentat că avea datoria să asculte de superiorii săi (implicaţi cu toţii în afacere) şi că, în final, el nu şi-a făcut decât meseria de şofer. Cum judecaţi acest caz? Din punct de vedere juridic, şoferul a fost etichetat ca *necinstit* şi, în consecinţă, a fost condamnat. El a considerat că nu şi-a făcut decât *conştiincios* datoria, în timp ce în urma unei aprinse dezbateri de presă, ziariştii l-au declarat pe şofer o victimă inocentă a sistemului social corupt, în particular a *situaţiei* fără de alternativă în care s-a aflat.

1. Introducere

Aşa cum ne sugerează şi exemplele de mai sus, comportamentul social al unei persoane nu este uşor de interpretat şi, deseori, interpretările sunt contradictorii. Cu toate acestea, comportamentele noastre nu se desfăşoară anarhic, fără legătură între ele. Atât psihologii, cât şi oamenii obişnuiţi se văd obligaţi să accepte postulatul existenţei unei organizări coerente, structurată, a actelor noastre comportamentale. În absenţa unui astfel de postulat, nu ar fi posibilă nici înţelegerea, nici explicarea comportamentului – şi, ca o ultimă consecinţă, ar dispărea chiar obiectul de studiu al psihologiei. Psihologii admit deci, în marea lor majoritate, că actele noastre comportamentale sunt „oglinda" personalităţii noastre.

Nu acelaşi consens se realizează atunci când psihologii trebuie să-şi dea acordul cu privire la sensurile conceptului de „personalitate", concept care ocupă în multe teorii, dar şi în capitolul de faţă, un loc central. Există zeci de definiţii ale personalităţii şi sursa acestui dezacord şi acestor diversităţi pare a fi, după Allport, situaţia paradoxală în care se află individul: aceea de a fi deopotrivă cauză şi consecinţă a societăţii.

De aceea, complexitatea şi importanţa conceptului de „personalitate" deschid în faţa oamenilor de ştiinţă o multitudine de căi de explorare, ridicând totodată şi numeroase întrebări precum: Ce este personalitatea? Ce factori determinanţi stau la baza personalităţii? Sursa acestor factori este externă sau internă? Există interacţiune între aceşti factori? Dacă da, atunci care este ponderea factorilor externi şi interni în construcţia personalităţii şi cum se realizează interacţiunea lor?

2. Determinanţii interni ai personalităţii

Un prim set important de teorii preocupate de unitatea şi unicitatea individului îl găsim grupat sub semnul psihologiei personalităţii. Există diferenţe importante între aceste teorii cu privire la definiţia personalităţii, la conţinutul şi organizarea ei, dar ele nu fac obiectul capitolului de față. Mult mai important pentru noi este numitorul lor comun. Acesta este dat de accentul pe care teoriile personalității îl pun pe existența unor elemente (calități) sau structuri interne, mai mult sau mai puțin complexe, considerate a fi principalii determinanți ai personalității. Nu există psiholog al personalității care să nu acorde o importanță deosebită descoperirii elementelor constitutive ale personalității, elemente ce sunt apoi utilizate ca unități de analiză a complexității persoanei.

Urmând această tendință generală, una dintre definițiile clasice privește **personalitatea** ca fiind „organizarea dinamică în cadrul individului a acelor sisteme psihofizice care determină gândirea și comportamentul său caracteristic" (Allport). Conform unei alte definiții mai recente, dar complementară celei dintâi, „personalitatea reprezintă acele proprietăți structurale și dinamice ale individului sau indivizilor care-i reflectă pe ei înșiși în răspunsurile caracteristice pe care aceștia le dau diferitelor situații" (Pervin).

Cele două definiții sunt exponentul a două teorii diferite despre personalitate. Totuși, observăm că nota comună a acestora este aceea de a plasa în spatele diferențelor comportamentale observabile factori determinanți interni numiți aici, la modul general, fie „sisteme psihofizice", fie „proprietăți structurale și dinamice". Aceste elemente sau structuri interne, cred psihologii personalității, sunt cele care pot explica cel mai bine de ce, în situații similare, oamenii se comportă diferit. Datorită lor, comportamentul indivizilor devine „*caracteristic*" și, astfel, ajunge să-i „reflecte pe ei înșiși".

De-a lungul timpului au fost propuse o multitudine de concepte cu referire la presupusele elemente ultime ale personalității precum: instincte (Freud), valori (Murray), constructe (Kelly), trebuințe (Maslow), scopuri (Pervin) etc. Dintre toate acestea însă, cel mai influent și mai longeviv concept s-a dovedit a fi cel de **trăsătură de personalitate**. O definiție utilă aici este cea propusă de Brody (1988), pentru care trăsătura de personalitate este „o entitate ipotetică ce explică tendința unui individ de a se comporta într-o manieră similară în diverse situații".

Acest concept prezintă cel puțin două avantaje serioase în comparație cu celelalte concepte cu care se află în competiție. Un prim avantaj important al trăsăturii este legătura ei necesară cu comportamentul. Inferarea trăsăturilor nu poate fi realizată dacă nu se presupune implicit sau explicit că ele se reflectă direct în comportamentul observabil. Spre deosebire de trăsături, concepte precum cel de dorință sau motiv nu au o legătură necesară cu comportamentul observabil și, în consecință, sunt mai dificil de măsurat. De exemplu, puțini sunt cei care-și doresc să fie etichetați de către ceilalți ca fiind interiorizați, introvertiți sau nesociabili. Și totuși, dorința noastră de a fi sociabili poate rămâne fără efect pe plan comportamental, manifestându-se însă din plin introversiunea, ca trăsătură de personalitate.

Un alt avantaj este dat de prezența masivă a termenilor ce denumesc trăsături de personalitate în limbajul obișnuit. Încă din 1936, Allport și Odbert atrăgeau atenția că limba engleză conține aproximativ 18.000 de termeni care se referă la personalitate, iar dintre aceștia, în jur de 5.000 numesc trăsături. Ușurința cu care termenii ce denumesc trăsături pot fi detectați în limbajul obișnuit relevă importanța pe care oamenii obişnuiţi o acordă cunoaşterii personalităţii. Este motivul pentru care mulţi psihologi ai personalităţii, încântaţi de ideea unei posibile armonizări a limbajului ştiinţific cu cel obişnuit, preferă conceptul de trăsătură oricărui alt concept.

Deşi, aşa cum vom vedea, între psihologii personalităţii şi cei sociali există serioase divergenţe, psihologiei sociale nu-i este străin interesul pentru cunoaşterea determinanţilor interni ai personalităţii, cu menţiunea că această cunoaştere nu reprezintă un scop în sine, ci este subordonată înţelegerii mai profunde a unor procese sau fenomene sociale importante.

Astfel, imediat după încheierea celui de-al doilea război mondial, în contextul în care opinia publică era şocată de ororile petrecute în lagărele de concentrare naziste, un vast proiect de cercetare coordonat de T. Adorno a vizat înţelegerea acelor fenomene prin identificarea şi definirea personalităţii autoritare. Ipoteza principală în jurul căreia s-a coagulat acest proiect a fost aceea că există diferenţe importante între indivizi în ceea ce priveşte tendinţele lor autoritare. De aceea, pentru a înţelege fenomenele sociale de tipul celor petrecute într-un univers concentraţionar de tipul lagărului de concentrare, este necesar să fie studiaţi doar acei indivizi care manifestă în cel mai înalt grad aceste tendinţe.

În urma acestor cercetări a rezultat că o **personalitate autoritară** manifestă prejudecăţi şi adoptă atitudini negative nu doar faţă de un singur grup etnic (evrei, ţigani, arabi etc). Aversiunea acestor persoane pare a se îndrepta spre toţi cei care nu se încadrează în grupul etnic de care aparţine persoana în cauză şi în sistemul de valori pe care aceasta şi grupul ei le adoptă. Comportamentul social al personalităţii autoritare, aşa cum au scos în evidenţă cercetările ulterioare, este dominat de intoleranţă faţă de străini şi minoritari, de obedienţă faţă de cei ce deţin puterea, de tendinţa de a-şi creşte copiii după precepte rigid-tradiţionale şi de a vota grupări politice conservatoare.

Numeroase proiecte similare au fost inspirate de cercetările asupra personalităţii autoritare. S-a căutat astfel evidenţierea principalelor caracteristici ale personalităţii machiavelice, dogmatice, carismatice etc. Planul de cercetare adoptat de toate aceste proiecte poate fi sintetizat astfel :

1) se identifică fenomene şi/sau comportamente cu puternică relevanţă socială (comportament autoritar în lagărele de concentrare, comportament machiavelic în discursul politic, manifestări tipice ale fanatismului etc.) ;
2) pornind de la ipoteza că în spatele acestor fenomene sociale importante se află un factor determinant intern, se trece apoi la selectarea unui eşantion reprezentativ din categoria indivizilor care posedă în cel mai înalt grad ipoteticul factor determinant (spre exemplu, potenţiale personalităţi machiavelice sunt consideraţi subiecţii care sunt de acord cu afirmaţii de genul : „Diferenţa dintre infractori şi ceilalţi oameni stă în faptul că primii sunt suficient de proşti încât să se lase prinşi") ;
3) se caută apoi, pe de o parte, identificarea şi explicarea cauzelor sociale care au determinat apariţia şi evoluţia acestor factori interni ce-şi pun amprenta pe întreaga personalitate (mare parte dintre indivizii cu un comportament autoritar

exagerat au avut o copilărie grea, cu părinţi dominanţi şi punitivi), iar pe de altă parte, sunt evaluate efectele, consecinţele comportamentale ale manifestării factorului intern cercetat.

Putem incerca acum o diferenţiere între psihologia clasică a personalităţii şi orientarea teoretică a psihologilor sociali ce construiesc planuri de cercetare asemănătoare. Observăm că ambele direcţii de cercetare urmăresc punerea în evidenţă a factorilor determinanţi interni ai personalităţii. Dar, cel mai adesea, psihologii personalităţii consideră că aceşti factori sunt elemente ultime ale construcţiei complexe care este personalitatea. Interesul lor se rezumă la descoperirea naturii acestor factori şi a complexităţii relaţiilor dintre ei. Personalitatea este oarecum radiografiată în căutarea structurilor importante ce o alcătuiesc.

Concepţia psihologilor sociali angrenaţi în definirea personalităţii autoritare, machiavelice etc. este mai dinamică. Spre deosebire de alţi psihologi sociali şi în acord cu psihologii personalităţii, ei recunosc rolul important al factorilor interni în determinarea comportamentului social şi, în mare măsură, sunt de acord cu ideea că aceşti factori sunt relativ stabili în timp. Dar efortul de descoperire a factorilor interni este precedat întotdeauna de identificarea unor fenomene şi comportamente sociale importante.

Departe de a fi consideraţi elemente ultime, factorii determinanţi interni sunt priviţi ca fiind dependenţi de contextul situaţional. Pentru aceşti psihologi, mai importantă decât identificarea factorilor este cunoaşterea originii lor sociale şi, mai ales, a formelor lor de manifestare în câmpul social. Tocmai pentru a sublinia că factorii interni cercetaţi nu sunt consideraţi independenţi de influenţele socialului, conceptul de trăsătură de personalitate, preferat de psihologii personalităţii, este înlocuit cu cel de dispoziţie, mai puţin rigid şi mai permeabil la semnificaţii sociale.

În final, să menţionăm că, deşi numărul psihologilor sociali care s-au aventurat în domeniul psihologiei clasice a personalităţii este important, ei nu se înscriu în curentul principal ce domină psihologia socială. Mai mult, situaţi la periferie, la graniţa dintre psihologia socială şi cea a personalităţii, ei sunt vulnerabili la criticile venite din ambele tabere.

Astfel, psihologii personalităţii le reproşează că au efectuat cercetările fără a-şi construi o teorie solidă despre personalitate. De asemenea, ei consideră că, prin accentul pus pe rolul contextului situaţional şi adoptarea conceptului de dispoziţie în locul celui de trăsătură, este pusă sub semnul întrebării stabilitatea în timp şi supra-situaţională a factorilor determinanţi interni. De cealaltă parte, psihologii sociali situaţionişti preferă să pună semnul egalităţii între aceste cercetări şi modelele ce au în centru trăsăturile de personalitate, aducându-le aceleaşi reproşuri (accent exagerat pe identificarea factorilor interni, neglijarea celor situaţionali etc.).

Dincolo de aceste critici, multe dintre ele întemeiate, merită să încadrăm efortul lăudabil al acestor cercetători de graniţă în rândul celor care au încercat şi încearcă integrarea celor două domenii complementare: psihologia socială şi psihologia personalităţii.

3. Determinanţii sociali ai personalităţii

Am afirmat deja că orientarea psihologilor personalităţii spre cercetarea determinanţilor interni ai comportamentului conduce, de cele mai multe ori, la o firească neglijare a rolului jucat de factorii sociali. În cadrul teoriilor personalităţii, determinanţilor sociali li se rezervă, în cel mai bun caz, cel mult un rol minor în construcţia personalităţii. Ca urmare, psihologii sociali, susţinuţi de rezultatele spectaculoase ale unor experimente realizate de o serie de cercetători de excepţie, au intrat într-o lungă şi acerbă dispută cu psihologii personalităţii. Această dispută este cunoscută sub numele generic de **dezbaterea trăsătură-situaţie** şi încă nu şi-a pierdut actualitatea.

Dezbaterea trăsătură-situaţie pune faţă în faţă cele două concepţii opuse cu privire la factorii determinanţi în construcţia personalităţii : psihologia socială, care accentuează rolul decisiv al factorilor sociali (situaţia), şi psihologia personalităţii, care subliniază importanţa factorilor interni (trăsăturile de personalitate).

Preferinţa psihologilor sociali pentru conceptul de **situaţie** se bazează pe argumente solide. Dar consecinţele asupra cercetării personalităţii au fost reduse. W. Mischel (*Personality and Assessment*, 1968), observând că diferitele „dispoziţii” nu cooperează decât slab cu indicatorii empirici, susţine că variaţiile se explică prin schimbările situaţiei. S-ar impune deci o taxonomie pentru a clasifica toate caracteristicile situaţionale, pentru o codare a stimulilor, din partea persoanei care percepe. Potrivit acestui punct de vedere, relevante nu sunt dispoziţiile ca „introversiunea-extraversiunea” sau „anxietatea”, ci *cogniţiile*, care trebuie să funcţioneze ca mediatori între modificările mediului şi comportament, ca „aptitudini discriminative”.

Parametrii esenţiali ai acestei teorii sunt : competenţele individului de a „construi” forme deosebite de comportare în condiţii corespunzătoare, „aşteptările” sale faţă de anumite evenimente, valoarea pe care o posedă, „consecinţele” pentru persoana care acţionează, sistemul autoreglator al individului. Analizând stadiul actual al cercetării acestei probleme, David Magnusson (1984), profesor la Universitatea din Stockholm, constată : ducem lipsă atât de un limbaj cotidian, cât şi de unul ştiinţific care să posede conceptualizările, distincţiile şi categoriile relevante care să ne permită să comunicăm sistematic despre situaţii şi persoană, prin interacţiuni situaţionale. Se ignoră încă posibilitatea diferenţierii comportamentelor în funcţie de contextele în care apar.

Teoreticienii „trăsăturilor” au neglijat sau subestimat rolul situaţiei pentru înţelegerea şi explicarea comportamentului. Consecinţa? Atribuirea unor cauze comportamentului individual, fără a acorda atenţie contextului situaţional. Probabilităţile determinate de situaţie înseamnă că anumite condiţii situaţionale vor duce la anumite urmări în plan comportamental. De aici se pot deduce două aspecte :

- pe de o parte, în anumite situaţii, individul va aştepta să se întâmple anumite evenimente, percepând viitorul în funcţie de contextul situaţional ;
- pe de altă parte, vom constata că indivizii ataşează anumitor situaţii o încărcătură afectivă de natură să determine un anume comportament.

Situaţia conţine deci suport pentru dirijarea, orientarea şi stimularea comportamentului. Iată o ilustrare empirică, relatată de Magnusson: pe baza unor cercetări întreprinse în patru ţări diferite, s-a constatat că diferenţele de vârstă şi sex influenţează considerabil percepţia cadrului situaţional. Aşteptările, precum şi predicţiile asupra evenimentelor viitoare sunt dependente de modul în care indivizii au receptat în trecut situaţiile din mediu, iar scenariile acţiunilor viitoare sunt dependente de aceste percepţii.

Pentru a putea aborda satisfăcător interacţiunea individului cu mediul, Joop Hattema (1984) a propus conceptul de *adaptare psihologică*, înţeles ca posibilitate de a „conceptualiza persoana după modul în care ea intră în contact cu mediul", operând în sensul „transformării", „dominării" acestuia. Pentru a realiza această performanţă, individul trebuie să deţină două tipuri de informaţii despre mediul său: privitoare la receptarea şi clasificarea segmentelor mediului şi referitoare la modul de transformare a mediului în unul mai folositor.

Esenţa acestei teorii este concentrată asupra comportamentului, aşa cum se dezvoltă el în situaţii concrete sau locale (actuale). Cunoaşterea situaţiei s-ar desfăşura în paralel cu „faptele situaţionale" prin diferite tipuri de „tranzacţii" care au loc între individ şi mediu, cu scopul de a restabili corespondenţa dintre comportamentul individual şi faptele situaţionale. Individul dobândeşte treptat o anumită competenţă în diagnosticarea situaţiilor şi evaluarea „eficienţei" comportamentului său viitor.

La a doua Conferinţă Europeană asupra Personalităţii, care a avut loc la Bielefeld, Hattema şi colaboratorii săi îşi completează teoria cu privire la delimitarea mai precisă a „puterii" celor doi termeni: personalitatea trebuie privită ca un sistem deschis, care „permite uşoare schimbări în condiţiile situaţionale, pentru a-şi exercita influenţa", iar „situaţia trebuie conceptualizată ca un domeniu având puterea să influenţeze comportamentul individului". Pentru a considera apoi că „puternica influenţă pe care o exercită situaţiile, anulând aproape complet calităţile personale ale indivizilor, a fost demonstrată în diferite studii". Din păcate, studiile citate de autori sunt realizate în cazul exercitării autorităţii în situaţii conflictuale sau asupra vieţii în institutele de reeducare, adică în împrejurări excepţionale, nu în situaţii derivând din munca şi viaţa cotidiană. Dar trebuie reţinută sugestia că orice încercare de studiere a personalităţii trebuie să conţină şi o posibilitate de a utiliza „proprietăţile situaţionale" şi „tipurile de situaţii".

E necesară, fără îndoială, o **taxonomie a situaţiilor**, aşa cum a încercat Van Heck (1984), care a selecţionat 20 de situaţii cu o rată mai mare de apariţii în viaţa cotidiană, între care: conflictul, conversaţia, cooperarea, declaraţia de dragoste, discuţia, examenul, lecţia, vizita etc. David Magnusson, la rândul său, crede că o taxonomie a situaţiilor e posibilă atât timp cât există ordine şi regularitate în mediu. Dacă aceste condiţii ale mediului sunt îndeplinite, e de aşteptat o comportare logică, subordonată unui scop, din partea indivizilor. Stimulii, ca şi evenimentele, pot fi grupaţi în categorii omogene, pe baza unor caracteristici comune. Culturile pot fi categorisite, spre exemplu, după căile folosite de indivizi pentru a-şi atinge scopurile sau după tipul recompensării oferite pentru un anumit tip de comportament.

Ordinea şi regularitatea din mediul fizic şi social pot fi exprimate în termeni de proprietăţi fizice, de norme culturale, reguli, roluri, identificându-se semnificaţiile acestora pentru indivizi. Prin interacţiunile pe care le întreprind în viaţa de zi cu zi, indivizii acţionează „maşinării conceptuale", crede De Raad, prin care fac plauzibilă lumea din jurul lor şi experienţele lor în această lume. Iar prin acest mecanism, pe care îl putem numi şi „învăţare socială", se nasc şi se schimbă concepţiile despre oameni, despre personalitatea şi caracterul lor.

Marthe Takala (1984), profesor la Universitatea din Jyvaskyla (Finlanda), crede că situaţia poate cuprinde atât „istoria învăţării" realizată de individ, cât şi „tranzacţiile" lui cu medii din trecut sau situaţii prezente. Acest mod de abordare a personalităţii aparţine, de fapt, concepţiei constructiviste : personalitatea este „un act social artificial", un set de categorii, pentru a da un sens varietăţii comportamentale, şi nu poate fi înţeleasă decât în „context", prin recurgerea la relaţia dintre conţinutul enunţurilor şi intenţiile celui care comunică. Modul în care cei implicaţi se orientează este ghidat de înţelegerea pragmatică a rolurilor cu care ei sunt echipaţi. Scenariile pe care le construiesc apoi descriu diferitele modalităţi în care participanţii îşi organizează activităţile, comportamentele unul faţă de celălalt, concepţiile despre calitatea implicării.

Cercetările asupra impactului situaţiei se opresc, de regulă, la condiţiile unui anumit moment (împrejurare), care sunt apoi clasificate în scopuri. Dacă situaţia este însă interpretată doar prin intermediul cadrului de referinţă al subiectului, nu acoperă întreg domeniul situaţiei, deoarece aspectul obiectiv, cât şi dimensiunea „timp" a situaţiei sunt trecute cu vederea. Adesea însă, între „situaţie" şi „mediu" s-a pus un semn de egalitate. Situaţia devine atunci un fel de „variabilă de fond" şi poartă numele de „mediu social". Dar pentru a deveni „situaţie", mediul trebuie personalizat, cercetat în articulările sale concrete. Takala (1984) distinge medii „percepute", „atribuite", „normative", „structurale", „ecologice", „demografice". Despre ultimele, el afirmă : identificarea unor exemple de variabile demografice şi ecologice (ocupaţie, sex, educaţie, municipalitate) care să fie în legătură cu unele tipuri de comportament şi să descrie procese psihosociale este posibilă. Cu alte cuvinte, situaţiile includ mediul geografic, fizic, cultural, modul de viaţă şi stilul de viaţă.

În continuare vom sublinia modul în care puterea situaţiei a fost pusă în evidenţă de cercetările din domeniul psihologiei sociale. Deja unele experimente au fost, altele urmează să fie prezentate pe larg în celelalte capitole ale manualului. De aceea, pentru a evita redundanţa, nu vom intra în amănunte şi vom opta pentru o trecere rapidă în revistă a principalelor experimente.

Experimentul clasic al lui Sherif din 1936 a demonstrat că oamenii renunţă destul de uşor la propria lor părere în favoarea creării unei norme de grup, iar cel din 1954 arată cât de uşor se transformă comportamentul social în condiţii de competiţie intergrupală. Şirul de experimente ale lui Asch pune în evidenţă cât de dependenţi sunt oamenii de ordinea în care le sunt date informaţiile (1946), dar mai ales cât de vulnerabili sunt în faţa părerii celorlalţi (1955) – atât de vulnerabili, încât sunt gata să nege realitatea percepută de propriii ochi pentru a se alinia părerii celorlalţi. Analiza realizată de Janis (1982) asupra celor mai nefericite decizii militare şi politice care au condus la eşecuri răsunătoare demonstrează, pe linia lui Asch, că din dorinţa de a fi în acord cu părerea majorităţii, unii membri ai grupului îşi reprimă opiniile contrare, creându-se astfel un fals consens ce poate conduce la decizii cu consecinţe dezastruoase.

Şi mai relevant pentru înţelegerea dependenţei comportamentului social de situaţie este experimentul lui Darley şi Latane (1968), în care se relevă faptul că simpla prezenţă sau absenţă a altor oameni determină intervenţia sau non-intervenţia noastră în ajutorul unor oameni aflaţi în pericol. Dar experimentele care au dat lovitura de graţie celor care susţin supremaţia factorilor interni asupra celor sociali în determinarea comportamentului sunt cele conduse de Milgram. Interesant este faptul că Milgram a vrut să dovedească iniţial tocmai existenţa unor importante diferenţe culturale în manifestarea conformismului – însă rezultatele studiului-pilot l-au condus la afirmarea supremaţiei situaţiei asupra factorilor interni în cazul obedienţei. Lecţia pe care ne-o oferă experimentele lui Milgram este simplă : atunci când situaţiile sunt puternice şi au caracteristici bine conturate, ce nu lasă persoanei prea multe variante de răspuns, diferenţele interindividuale tind să fie puternic estompate.

Mai mult, cercetările conduse de psihologii sociali au dovedit că puterea unei situaţii în determinarea comportamentului social îşi are deseori originea în mici manipulări ale unor caracteristici aparent fără importanţă ale acelei situaţii. Altfel spus, cercetătorii situaţionişti nu au trebuit să schimbe radical contextul situaţional pentru a obţine modificări spectaculoase ale comportamentului subiecţilor. Experimentul lui Darley şi Batson, inspirat de parabola „Bunului samaritean" (1973), certifică acest fapt. Simpla indicaţie dată de experimentator de a nu se grăbi sau de a se grăbi la un examen a făcut ca studenţii Seminarului Teologic de la Princeton care au fost subiecţii acestui experiment să fie foarte dispuşi (63% în prima condiţie) sau deloc dispuşi (doar 10% în a doua condiţie) să ajute un om căzut.

În toate aceste experimente, rolul trăsăturilor de personalitate în determinarea comportamentului social pare a fi nul. Psihologii personalităţii consideră că principalele caracteristici ale trăsăturilor de personalitate sunt rezistenţa lor la trecerea timpului şi la influenţele diferitelor situaţii. Dimpotrivă, în studiile psihologilor sociali, personalitatea subiecţilor pare a fi copleşită de influenţa exercitată de caracteristicile situaţiilor, modelându-se în acord cu cerinţele acestora. Concluzia studiilor lui Milgram asupra obedienţei, aşa cum am mai arătat, a fost că indiferent de cultură, convingeri sau presupuse trăsături de personalitate, oamenii tind cu toţii să se supună autorităţii, executând cu prea mare uşurinţă comenzi ce ar implica inclusiv uciderea unui alt om.

Este motivul pentru care, de pe poziţiile acestor rezultate incontestabile, psihologii sociali au declanşat o campanie foarte dură împotriva conceptului de trăsătură şi a statutului ei de structură implicată în construcţia personalităţii. Din perspectiva multor psihologi sociali, conceptul de trăsătură nu este altceva decât un simplu artefact social. Considerând trăsăturile simple categorii semantice, etichete generale utile comunicării, dar fără referire la entități din lumea reală, cei mai radicali psihologi situaționiști (Shweder și D'Andrade, Hampson ș.a.) au adoptat un **model constructivist al personalității**.

Conform acestei teorii, construcția personalității este în totalitate rezultatul jocului factorilor sociali. Nu este negată existența regularității, stabilității temporale și a organizării complexe la nivelul comportamentului social – dar, cred adepții constructivismului, acestea sunt determinate de similaritățile situaționale. Rolul termenilor-trăsătură devine acela de categorizare a comportamentului social.

Dacă am încerca să privim disputa situație-trăsătură prin prisma celui de-al doilea exemplu dat la începutul capitolului, ar trebui să spunem că, din perspectiva unui psiholog al personalității, Ștefan cel Mare a fost caracterizat de trăsătura de personalitate numită *impulsivitate* deoarece domnitorul a repetat un comportament caracteristic acestei trăsături de mai multe ori în timp (a tăiat deseori capete de boieri, la ospețe, fără a-i judeca).

Din punctul de vedere al unui psiholog social însă, trebuie analizate foarte bine situațiile în care a acționat Ștefan cel Mare. Unul dintre aceste ospețe la care Ștefan a tăiat capete de boieri a urmat bătăliei de la Baia, luptă în care unii dintre boieri l-au trădat pe domnitor. Dacă și în celelalte cazuri lucrurile stau la fel, nu impulsivitatea este cea care a determinat comportamentul domnitorului, ci specificul situațiilor i-a impus deciziile. Mai mult, în cazul acesta, subiectivitatea actului de atribuire a trăsăturii este mult amplificată și de constatarea că Grigore Ureche, cronicarul, făcea el însuși parte din tagma boierilor și că una din rudele sale apropiate a fost executată de domnitor sub acuzația de trădare.

Similar, în cazul celui de-al treilea exemplu, psihologul personalității poate opta între a caracteriza personalitatea șoferului ca fiind *necinstită* sau, după caz, *conformistă* (ambii termeni desemnând trăsături de personalitate), în timp ce psihologul social va opta pentru o explicație situaționistă în acord cu rezultatele experimentelor lui Milgram. În condițiile în care superiorii săi i-au dat ordine clare, șoferul a făcut ceea ce ar face majoritatea oamenilor, adică s-a conformat acelor ordine.

Faptul că termenii care denumesc trăsături sunt prezenți masiv în limbajul omului obișnuit nu ne mai apare acum ca un argument forte în favoarea existenței trăsăturii. Dimpotrivă, rezultatele cercetărilor psihogilor sociali contrazic flagrant prejudecățile simțului comun. De aceea, termenii ce denumesc trăsături nu mai trebuie priviți ca având funcția de a reflecta structuri de personalitate veridice, rolul lor fiind acela de a categoriza comportamentul social și de a permite recunoașterea semnificației lui sociale.

Concluzia psihologilor sociali situaționiști este aceea că influențele exercitate de factorii sociali determină apariția și evoluția structurilor de personalitate, iar prin înlocuirea termenului „trăsătură de personalitate" cu cel de „dispoziție" este accentuată maleabilitatea acestor structuri și disponibilitatea lor de a se schimba.

4. Interacţionismul

Disputa trăsătură-situaţie a căpătat noi dimensiuni după ce W. Mischel (1968) a demonstrat că trăsăturile de personalitate nu pot explica mai mult de 9% din variabilitatea comportamentului uman, procent prea mic pentru pretenţiile explicative ale unei teorii ştiinţifice. Efectul acestei critici asupra teoriilor trăsăturii a fost devastator şi, timp de mai bine de un deceniu, aceste teorii aproape că au dispărut din peisajul psihologiei personalităţii.

Victoria situaţionismului părea a fi deplină, dar adepţii trăsăturii au găsit resurse pentru a reveni în forţă. Critica lui Mischel s-a dovedit benefică, deoarece noile teorii au fost nevoite să-şi revizuiască drastic metodele şi să-şi rafineze argumentele. Pentru a da un singur exemplu, Epstein a considerat că majoritatea studiilor asupra trăsăturii au măsurat corelaţia dintre o trăsătură şi un singur comportament, ceea ce a făcut ca poziţia critică a lui Mischel să fie îndreptăţită. De aceea, el a propus ca noile cercetări să renunţe la studierea comportamentelor izolate şi să infereze trăsături numai pe baza observaţiei sistematice a unor seturi complexe de comportamente.

În acest context al relansării controversei dintre adepţii trăsăturii de personalitate şi situaţionişti s-a conturat tot mai clar şi pozitia acelor cercetători care au preferat calea de mijloc: **interacţionismul**. Concilianţi, interacţioniştii consideră că atât trăsăturile de personalitate, cât şi situaţiile sociale au ponderi egale în influenţarea actelor noastre comportamentale. Mai mult, ei cred că o mare parte a variabilităţii comportamentale provine din interacţiunea situaţiilor sociale cu trăsăturile. Ei nu se limitează însă la a recunoaşte importanţa ambilor factori cauzali în determinarea comportamentului social, ci încearcă să delimiteze o a treia categorie distinctă de factori, **variabilele moderatoare**. Funcţia acestor variabile moderatoare este aceea de a favoriza schimbarea cauzelor comportamentului social de la trăsătură la situaţie sau invers.

Astfel, scopul declarat al interacţioniştilor este, pe de o parte, acela de a identifica astfel de variabile moderatoare, iar pe de altă parte, acela de a înţelege mecanismul prin care se realizează această schimbare.

Spre exemplu, o astfel de variabilă intermediară este puterea sau slăbiciunea situaţiei. În acord cu concepţia interacţioniştilor, o situaţie puternică va reduce la minim influenţa factorilor interni asupra comportamentului. Cu alte cuvinte, într-o situaţie care nu-ţi lasă deschise suficiente variante de alegere liberă, manifestarea diferenţelor individuale în comportament va fi puternic inhibată. Mischel, care a adoptat o poziţie interacţionistă, consideră că un bun exemplu de situaţie puternică este chiar experimentul psihologic. Fiind o situaţie bine structurată, care indică variante puţine şi clare de răspuns, experimentul psihologic este similar, în opinia acestui autor, cu o piesă de teatru al cărei scenariu este deja scris, actorii având prea puţine şanse de a improviza, de a se exprima cu adevărat pe ei înşişi. Pe de altă parte, atunci când situaţia este nestructurată, ea lasă loc manifestării libere a diferenţelor individuale, estompând factorii sociali şi permiţând factorilor interni să ghideze comportamentul.

Teoriile interacționiste se dovedesc a fi vulnerabile la critici tocmai datorită încercărilor lor de a-i împăca atât pe situaționiști, cât și pe adepții trăsăturii. În timp ce teoriile clasice se focalizează pe o singură categorie de factori cauzali, interacționiștii își propun să dea seama de relația dintre trei categorii de astfel de factori (situație, trăsătură și variabile moderatoare). Rezultă de aici o complicare serioasă atât a demersului metodologic, cât și a celui teoretic, ceea ce face ca interacționismul să fie încă destul de puțin atractiv și, în consecință, să nu aibă atât de mulți adepți ca teoriile situaționiste sau cele ale trăsăturii.

5. Cultură și personalitate

Interacționismul nu a rezolvat problema duelului dintre teoria trăsăturilor și situaționiști. Abordările recente insistă asupra rolului activ al individului invitat să recreeze contextul social, implicat în analiza critică a cadrului instituțional și al realității cotidiene. Omul obișnuit, ca și savantul, are ca principală preocupare reflecția asupra realității, pe care o reconstruiește continuu, împărtășind și altora producțiile sale cognitive.

Să reluăm datele unei vechi dispute : persoana umană este dublu determinată atât de invariantele „naturii" sale individuale, cât și de faptul că este obligată să funcționeze social, în situații și roluri distribuite sau asumate. În evoluția sa, individul este definit de natura sa sau de contextul cultural în care este plasat ? În timp, aceste controverse i s-au găsit soluții distincte. Comportamentaliștii, în maniere diferite, au insistat asupra predominanței achizițiilor și a culturii în detrimentul înnăscutului, al naturii. Pentru W. McDougall (1908), faptele sociale se insinuează în natura umană (așa se explică instinctul grupal, de exemplu) ; Floyd Allport (1924) atrage atenția asupra rolului decisiv al învățării și achizițiilor sociale ; G.H. Mead (1934) insistă asupra interiorizării privirii altuia, a interacțiunii cu alții în construirea eului. În toate aceste situații, persoana suportă prezența altora, absoarbe, încorporează, internalizează. Curentul culturalist („cultură și personalitate") a demonstrat modul în care diferite obiceiuri și cutume ce caracterizează psihologic unele grupuri umane pot contribui la încorporarea de către indivizi a unor trăsături de grup.

În același timp, altul (alții) se prezintă ca un simplu anturaj social, sub forma unui sistem de raporturi sociale, a unor structuri organizaționale sau ca presiune a valorilor culturale și a reprezentărilor sociale ale unor persoane ? Influențele se exercită numai dinspre exterior către interior ? Răspunsul nu poate fi decât unul : societatea nu se poate reduce la un „altul" generalizat, care exercită o presiune constantă și uniformă, ci presupune elaborarea unor construcții individualizate, intreacțiunea cu segmente specializate ale mediului social și cultural ; personalitatea se construiește pornind de la dispozițiile universale ale naturii umane, dar se desăvârșește și se diferențiază individual punând accentul pe specificitatea psihologică a fiecărei culturi (Beauvois, 1999). Noțiunea de cultură are pentru psihologi o conotație deosebită. Ea înglobează toate influențele care se opun naturii, exercită o altfel de înrâurire decât natura (prin cutume, comunicare şi discurs, credinţe, reprezentări); reuneşte tot ceea ce nu este nici economic, nici politic sau religios. Beauvois a reţinut următoarele idei-forţă relevante pentru o cultură psihosocială:

- *Coerenţa culturală* semnifică integrarea într-un tot armonios a diverselor aspecte ale unei culturi. Conceptele de pattern (propus de Benedict) sau configuraţie (Linton) exprimă această vocaţie integratoare a culturii, funcţia sa unificatoare, capacitatea sa de a da sens conduitelor. Spre deosebire de structurile sociale, adesea purtătoare de relaţii antagoniste şi generatoare de conflicte, relaţiile interculturale oferă indivizilor soluţii de schimbare, căi de evoluţie.
- *Importanţa conduitelor sociale observabile.* Conceptul de cultură implică obiceiuri sociale, moravuri, practici educative – un registru de comportamente împărtăşite şi transmise de membrii unei comunităţi. Practicile culturale sunt concrete, tangibile, ele putând fi observate, înregistrate, comparate. Reprezentanţii curentului culturalist nu se interesează nici de cunoştinţe, nici de atitudini şi nici de valori, ci de faptele sociale, de practici, de ceea ce fac oamenii în mod obişnuit.
- *Status şi rol.* Din perspectiva conceptului de cultură, personalitatea se construieşte ocupând o poziţie socială, prin raportare la un sistem de aşteptări acceptate şi împărtăşite. Situarea într-un status social implică obligaţii, intrarea într-un sistem de referinţe, acceptarea unor convenţii şi reguli. R. Linton distinge între status prescris (femeie, fiu) şi status dobândit (profesor, student). Ocuparea statusului, pe de altă parte, presupune un set de aşteptări îndreptate de către ceilalţi spre persoană, invitaţia la înscrierea într-un comportament de rol. Articularea rol-status ne apare astfel ca un comportament cultural: aşteptări, anticipări, sugestii privind acoperirea statusului şi a jocului de rol.
- *Cultură şi personalitate.* Din cele spuse până aici, cultura ar fi un factor psihologic fundamental în edificarea personalităţii, natura psihologică a individului putând fi pusă în evidenţă numai prin apelul la determinanţii culturali ai mediului, prin enculturaţie.

REZUMAT

Descoperirea factorilor determinanţi şi a ponderii pe care aceştia o au în procesul de construcţie a personalităţii nu este încă o sarcină rezolvată. Psihologii sunt departe de a se fi pus de acord. Scopul capitolului de faţă a fost să contureze principalele luări de poziţie în această problemă. Este prezentată în primele două secţiuni dezbaterea trăsătură-situaţie, o controversă care-i pune faţă în faţă pe teoreticienii trăsăturii, în mare majoritate psihologi ai personalităţii, cu adepţii conceptului de situaţie, majoritatea alcătuind-o psihologii sociali. Spre deosebire de psihologii personalităţii, care pun accentul pe rolul determinant al factorilor interni asupra comportamentului, teoreticienii situaţionişti subliniază importanţa situaţiei în construcţia personalităţii. Concepţia constructivistă asupra personalităţii consideră că termenii care se referă la personalitate nu sunt decât simple etichete verbale utile în încercarea de a da un nume regularităţilor observate în comportamentul persoanelor. În fapt, după concepţia constructivistă, aceşti termeni nu oglindesc factori interni, regularităţile prezente în comportamernt fiind în totalitate determinate de factorii externi, situaţionali. Perspectiva interacţionistă încearcă reconcilierea acestor două puncte de vedere opuse prin acceptarea unei a treia categorii de factori determinanţi care, în concepţia interacţioniştilor, ar media între situaţie şi trăsătură. În finalul acestui capitol, termenul „situaţie" este înlocuit cu termenul mai generos de „cultură" şi se urmăreşte rolul culturii în formarea personalităţii.

Întrebări şi teme de reflecţie

1. Realizaţi o trecere în revistă cât mai completă a teoriilor cunoscute care susţin existenţa factorilor interni şi rolul important al acestora în determinarea comportamentului.
2. Similar, faceţi o prezentare a tuturor teoriilor cunoscute pentru punctul lor de vedere situaţionist.
3. Criticaţi una dintre concepţiile privind construcţia personalităţii prezentate, subliniind atât punctele tari, cât şi limitele acesteia.
3. Încercaţi să realizaţi o taxonomie a situaţiilor. Pornind de la ipoteza că situaţiile sunt factori determinanţi ai comportamentului, explicaţi în ce anume constă forţa cauzală a situaţiilor pentru care aţi optat.
4. Punând faţă în faţă conceptul de „situaţie" cu cel de „cultură", încercaţi să comparaţi sferele lor semantice.

Lecturi recomandate

Allport, G.W. (1991). *Structura şi dezvoltarea personalităţii*. Bucureşti : Editura Didactică şi Pedagogică.

Linton, R. (1968). *Fundamentul cultural al personalităţii*. Bucureşti : Editura Ştiinţifică.

Neculau, A. (coord.) (1991). *Cultură şi personalitate*. Bucureşti : Editura Militară.

Neculau, A. (1996). Personalitatea – o construcţie socială. În A. Neculau (coord.). *Psihologia socială. Aspecte contemporane*. Iaşi : Polirom.

Bibliografie

Allport, G.W. (1991). *Structura şi dezvoltarea personalităţii*. Bucureşti : Editura Didactică şi Pedagogică.

Beauvois, J.-L. (1999). Les composants collectives de la personne. În J.-L. Beauvois, N. Dubois, W. Doise. *La construction sociale de la personne*.

Blass, T. (1984). Social psychology and personality : toward a convergence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47 (5), 1013-1027.

Epstein, S. ; O'Brien, E.J. (1985). The person-situation debate in historical and current perspective. *Psychological Bulletin*, 98 (3), 513-537.

Linton, R. (1968). *Fundamentul cultural al personalităţii*. Bucureşti : Editura Ştiinţifică.

Neculau, A. (coord.) (1991). *Cultură şi personalitate*, Bucureşti : Editura Militară.

Neculau, A. (1996). Personalitatea - o construcţie socială. În A. Neculau (coord.). *Psihologia socială. Aspecte contemporane*. Iaşi : Polirom.

Ross, L. ; Nisbett R.E. (1991). *The Person and the Situation*. Washington, D.C. : McGraw-Hill.

Concepte-cheie

Dezbaterea trăsătură-situaţie - o îndelungată controversă între cercetătorii care susţin că principalii determinanţi ai comportamentului sunt factorii interni şi cei care neagă rolul decisiv al factorilor interni, înlocuindu-i cu cei situaţionali.

Interacţionism - curent psihologic al cărui scop este concilierea dintre situaţionism şi adepţii trăsăturilor de personalitate prin descoperirea unor factori mediatori între trăsătură şi situaţie.

Modelul constructivist al personalităţii - concepe personalitatea ca fiind determinată în întregime de jocul factorilor situaţionali. Termenii-trăsătură nu reflectă în acest model factori determinanţi interni, ci sunt doar concepte comode cu ajutorul cărora oamenii categorizează regularităţile din comportament.

Personalitatea - este un sistem structurat şi coerent de dispoziţii relativ stabile a căror interacţiune ne conferă unicitate în gândire şi comportament.

Personalitate autoritară - tip de personalitate conservatoare a cărei trăsătură dominantă este intoleranţa faţă de străini şi minoritari, dar care adoptă o atitudine obedientă faţă de cei care deţin puterea.

Situaţie - complex structurat de factori externi care are puterea de a determina comportamentul unei persoane.

Taxonomie a situaţiilor - clasificare a principalelor contexte situaţionale (examenul, conflictul etc.) care se dovedesc a fi stimuli determinanţi ai comportamentului.

Trăsătură de personalitate - presupus element sau structură neuropsihică internă, stabilă în timp şi de-a lungul situaţiilor, care determină comportamentul unei persoane.

Variabile moderatoare - o a treia categorie de factori determinanţi ai comportamentului uman, a căror funcţie este aceea de a media între factorii interni şi cei situaţionali, de a înlesni trecerea de la unii la alţii.

„Eul” în cogniția socială

Ovidiu Lungu

PREFAȚĂ

Deși se admite că omul este o ființă gregară, simțul „separării” pare a fi mult mai puternic în mediul social. Oriunde pe pământ găsim grupuri de oameni separate. Oamenii au tendința de a se întâlni mai des cu alții care le sunt asemănători. Ei mănâncă, trăiesc, se joacă și lucrează împreună cu alții asemenea lor, iar cea mai mare parte din această coeziune automată pare a fi cauzată de nimic altceva decât de simpla conveniență. Nu există nici o dorință de a căuta companioni în rândul out-grupului (a grupurilor din care ei nu fac parte); cu atâția oameni la îndemână de unde se poate alege, la ce bun alte bătăi de cap adaptându-ne la noi limbaje, la noi feluri de mâncare, la noi culturi sau noi oameni cu un nivel educațional diferit? Necesită mult mai puțin efort să avem de-a face cu oameni cu care avem poziții similare.

De exemplu, nu jucăm bridge cu instalatorul. De ce? Poate că el preferă să joace poker, poate că nu înțelege felul nostru de a glumi și a juca jocul, ori poate că pur și simplu ne simțim mai bine cu cei asemenea nouă. Poate că nu avem prejudecăți bazate pe diferența de clasă socială, dar ne este mai ușor să ne înțelegem cu cei de o seamă cu noi, iar în jurul nostru sunt suficient de numeroși oameni de aceeași vârstă, același sex, rasă, religie și cu care să putem mânca, juca și trăi (Allport, 1954).

1. „Eul” – un concept social?

Conceptul de „eu” este în mod clasic asociat psihologiei personalității, care încearcă să descrie elementele ce constituie psihicul uman și să realizeze o tipologie umană. Dar, așa cum ne arată exemplele lui Allport – prezentate în deschiderea capitolului –, nicăieri nu putem vedea mai bine efectele personalității sau ale eului decât în mediul social. Ce anume îi face pe oameni să caute compania celor asemenea lor? Sau, poate, ar fi logic să ne întrebăm în primul rând cum ajung oamenii să se cunoască pe sine înainte de a-i cunoaște pe ceilalți? Astfel, nu-i de mirare că psihologia socială a fost și ea preocupată de felul în care oamenii se cunosc pe ei înșiși, în contextul mediului social.

Dacă v-aş cere să-mi spuneţi o calitate pe care o aveţi numai dumneavoastră şi pe care nu o mai are nimeni în lume, probabil că aţi fi pus într-o mare încurcătură. Nu numai că o astfel de calitate nu există (exceptând, desigur, combinaţia dvs. cromosomială), dar veţi constata, poate surprinzător, cât de multe aveţi în comun cu cei din jur. Relaţia dintre „eu"[1] (individ) şi societate (ceilalţi) i-a fascinat mereu pe psihologii care au încercat să explice funcţionarea individului în diferite contexte sociale.

Deşi Allport (1991) menţiona că putem descrie o persoană raportându-ne la trei niveluri de explicaţie sau la trei serii de norme : „Fiecare om este în anumite privinţe : **a)** ca toţi ceilalţi oameni (norme universale) ; **b)** ca unii oameni (norme de grup) ; **c)** ca nici un alt om (norme idiosincrasice)" (Allport, 1991, pp. 25), nici până astăzi psihologii din domeniul personalităţii nu au reuşit să identifice clar care este acea parte unică a individului, acel „sâmbure" de eu prezent numai şi numai în acel individ.

„Eul" este un concept de bază în cercetările psihologice. Aceasta se datorează faptului că „eul" este văzut ca fiind cel care ghidează sau determină comportamentul persoanei, iar unul dintre scopurile principale ale psihologiei ca ştiinţă este acela de a prezice comportamentul. Ideea de bază este că dacă vom cunoaşte conceptul de sine al cuiva, îi vom putea prezice comportamentul. Conceptul de „eu" a fost de asemenea inclus în numeroase studii privind teoriile ce ţin de erorile şi tendinţele umane în domeniul inferenţelor sau judecăţilor sociale. Eul mai este considerat sediul motivaţiei sociale, care are la bază conceptul de sine, care reprezintă totalitatea informaţiilor, credinţelor şi atitudinilor pe care cineva le are faţă de propria persoană.

Vom începe prin a ne pune aceeaşi întrebare pe care şi-au pus-o şi J. Turner, P. Oakes, S. Haslam şi C. McGarty (1994) : „Există un eu colectiv ? ". Prin noţiunea de „eu colectiv" nu ne referim la acel eu public, în sensul în care cineva este perceput de ceilalţi, ci la un eu interior, ce cuprinde aspectele prin care individul se raportează la cei din jur, aspecte opuse calităţilor considerate de persoană ca fiind unice, specifice doar ei însăşi.

Teoriile americane ale autocategorizării rezolvă această problemă a eului colectiv considerând că există două niveluri de clasificare a categoriilor referitoare la eu : un nivel personal şi unul social, fiecare corespunzător unui anume tip de identitate – personală, respectiv socială. Identitatea personală cuprinde acele categorizări ale eului ce se referă la caracteristicile unice pe care le posedă un individ, caracteristici ce-l deosebesc de alte persoane ; iar identitatea socială – la caracteristicile comune cu ceilalţi. Dar oare este suficientă această delimitare ? Pentru a răspunde la această întrebare, mai întâi trebuie să vedem care sunt „sursele" de cunoaştere de sine conform psihologiei sociale, mai precis, din punctul de vedere al cogniţiei sociale.

---

[1] În acest capitol, termenul „eu" nu are conotaţii psihanalitice, ci se referă la termenul „concept de sine", aşa cum este el definit în cogniţia socială, adică informaţiile, atitudinile şi credinţele pe care o persoană le are despre ea însăşi.

2. Modalităţi de autocunoaştere

Există mai multe modalităţi prin care oamenii dobândesc informaţii despre ei înşişi. În cele ce urmează le vom prezenta pe scurt pe fiecare dintre ele.

2.1. Evaluarea reflectată

Unul dintre modurile elementare de autocunoaştere este *evaluarea reflectată*. Ea este un construct deopotrivă privat, personal, şi public, social. Felul în care oamenii pot gândi despre ei înşişi poate să depindă de cei din jur. Această cunoaştere de sine este dată de feedbackul pe care îl obţinem de la cei din jur privind propria noastră persoană. Este o modalitate importantă de autocunoaştere mai ales în perioadele socializării, la vârste mici.

Teoria evaluării reflectate - denumită şi „oglinda care te reflectă" sau „cunoaşterea prin reflectare" - afirmă că reacţiile şi evaluările celorlalţi constituie un set de informaţii pe care oamenii îl folosesc pentru a se cunoaşte pe sine. De aceea, dacă cei din jur tratează o persoană într-o manieră respectuoasă, aceasta va ajunge să se autoevalueze în mod pozitiv. Mai mult, James (1890), în cartea sa *Principiile psihologiei*, arată că, la limită, o persoană are tot atâtea euri câţi oameni cunosc respectiva persoană.

Gergen (1997) a realizat un experiment în care subiecţii au fost rugaţi să se descrie pe ei înşişi cât mai sincer. Normal, în timpul acestei sarcini, subiecţii au generat atât trăsături pozitive, cât şi trăsături negative. Faţă de jumătate dintre subiecţi, experimentatorul îşi dădea acordul pentru descrierea făcută (aproba trăsăturile pozitive şi le dezaproba pe cele negative), în timp ce faţă de cealaltă jumătate se comporta invers. Imediat după aceea, subiecţilor le era măsurat nivelul stimei de sine. Rezultatele au arătat că acordul experimentatorului cu descrierile pozitive au determinat o stimă de sine semnificativ mai mare decât în cazul subiecţilor faţă de care a fost manifestat dezacordul. Astfel, experimentul confirmă ideile susţinute de teoria „oglinda care te reflectă", conform cărora informaţiile despre propria persoană pot fi obţinute prin intermediul celor din jur.

2.2. Compararea socială

Această teorie a fost propusă de Festinger, care afirma că dobândim informaţii despre noi înşine comparându-ne calităţile cu aceleaşi calităţi întâlnite la cei din jur. Festinger a precizat însă că nu oricine dintre cei din jur este ales ca etalon, ca persoană de comparaţie. Potrivit lui Festinger, astfel de persoane trebuie să fie *similare* şi *relevante* pentru cel care se autoevaluează (de exemplu, când ne evaluăm cât de buni suntem la tenis, nu vom lua ca etalon jucători celebri de tenis, ci ne vom evalua prin comparaţie cu cunoştinţe, prieteni cu care jucăm în mod regulat).

Compararea socială se poate face „în sus” (*upward*), când ne evaluăm prin comparaţie cu cineva mai bun decât noi în acea privinţă (pentru a trezi imboldul de a ne perfecţiona respectiva calitate), sau „în jos” (*downward*), pentru a creşte stima de sine (când te compari cu cineva mai slab decât tine te simţi mai bine).

Teoria comparării sociale este foarte importantă pentru că poate explica unele rezultate aparent contradictorii. Cercetătorii care studiază stima de sine (o componentă afectivă a eului) au fost surprinşi să constate că minorităţile (de exemplu, ţiganii) au o stimă de sine chiar mai ridicată decât majoritatea. Teoria cunoaşterii prin autoreflectare ar prezice că indivizi minoritari au o stimă de sine scăzută pentru că primesc în mare parte numai feedbackuri negative din mediu (care este compus din indivizi din grupul majoritar). Rezultatele studiilor arată însă un efect contrar.

Teoria comparării sociale explică însă acest paradox. Conform acesteia, minorităţile nu au o stimă de sine scăzută, pentru că ele nu se compară cu majoritatea, ci cu alte grupuri mai devalorizate sau la fel de devalorizate ca şi ele. Astfel, teoria comparării sociale completează teoria evaluării reflectate, specificând faptul că minorităţile vor căuta acele feedbackuri care să le satisfacă, deci nu pe cele ale majorităţii (negative), ci pe ale altor grupuri (minoritare pozitive).

Conform teoriei atribuirii, faptul că minorităţile au o stimă de sine pozitivă se explică prin tipul atribuirii făcute în situaţii de eşec (atribuirea este externă), iar controlul este atribuit extern (statusului). În acest sens, minoritarii vor considera statusul lor ca fiind asignat (prestabilit), deci fără posibilitatea de a-l influenţa (negrii sunt negri de la natură, nu fiindcă au dorit-o ei) ; în sens contrar, majoritatea poate face atribuiri interne considerând statusul minorităţii ca fiind unul achiziţionat (de exemplu, homosexualii), deci controlabil.

Un alt studiu realizat de Gergen (1997) furnizează rezultate pozitive şi pentru teoria comparării sociale. În experiment, participanţii erau candidaţi pentru un posibil post la departamentul de psihologie. În timp ce subiecţii aşteptau într-o cameră pentru a fi chemaţi la interviu (ei participau la experiment unul câte unul), un complice al experimentatorului intra şi el în cameră. Jumătate dintre subiecţi au văzut această persoană îmbrăcată foarte bine, profesional (costum, cravată, servietă), în timp ce pentru cealaltă jumătate dintre subiecţi, complicele era îmbrăcat neîngrijit, cu blugi şi cămaşă. Imediat după „expunerea” subiecţilor faţă de complice, s-a aplicat un chestionar care măsura nivelul stimei de sine (ca parte din procedura de interviu). Rezultatele au arătat că cei care au fost „expuşi” complicelui bine îmbrăcat aveau o stimă de sine mai scăzută decât cei care întâlniseră complicele îmbrăcat neîngrijit. Astfel, experimentul a indicat că cei din jur servesc ca standard de comparaţie pentru propriul eu, ceea ce poate influenţa părerile şi sentimentele despre propria persoană.

2.3. Interiorizarea rolurilor

Viaţa noastră socială se caracterizează prin diverse roluri sociale pe care oricare dintre noi trebuie să şi le asume zilnic, de la rolul de coleg de facultate, student, până la cel de prieten, fiu, fiică ş.a.m.d. Astfel, se consideră că oamenii achiziţionează informații despre sine și prin efectuarea comportamentelor prescrise de anumite roluri sociale. Acest fapt este posibil datorită generalizării comportamentelor din rolul respectiv și pentru alte situații. Un exemplu în acest sens ar fi că dacă cineva joacă rolul profesorului (deci trebuie să fie la școală calm, răbdător, înțelept), o dată cu interiorizarea acestuia, acele trăsături se vor manifesta și în alte situații, nu numai în mediul școlar.

2.4. Teoria celor doi factori emoționali (Schachter și Singer)

Este o teorie privind modul în care ne cunoaștem propriile emoții, deci se referă la componenta afectivă a eului social. Asumpția de bază a acestei teorii este că în cunoașterea emoțiilor proprii indivizii parcurg două etape: (a) trăirea unui *arousal* (excitare) fiziologic și (b) interpretarea sau etichetarea cognitivă a acestuia. Schachter și Singer au realizat un experiment (celebru) pentru a demonstra existența celor doi pași în cunoașterea propriilor emoții.

În acest experiment, subiecții au fost împărțiți în trei grupuri: unui grup i s-a injectat ser fiziologic (efect placebo), iar celorlalte grupuri – o substanță excitatoare. Unuia dintre grupurile excitate i s-a spus că substanța injectată va crea o stare de excitație, celuilalt – că substanța va induce somnolență. Apoi cele trei grupuri au fost puse în prezența unui complice de-al experimentatorului, care se comportă într-o manieră amuzantă sau furioasă. Ulterior acestei expuneri sociale, subiecții din cele trei grupuri au trebuit să-și autoevalueze starea afectivă simțită pe parcursul experimentului. Cum era de așteptat, subiecții cărora le-a fost injectat ser fiziologic nu au fost influențați de manifestările complicelui. Subiecții injectați cu substanța excitatoare, dar care știau că starea lor de excitație e cauzată de aceasta, nu au fost nici ei influențați de complice. Numai subiecții cărora li s-a injectat substanța excitatoare, dar care nu au avut nici o explicație plauzibilă pentru starea lor interioară, s-au arătat a fi influențați de complice.

Concluziile acestui experiment arată că etapa a doua (etichetarea cognitivă) poate duce la atribuiri greșite ale stării de excitație și că, practic, o dată ce avem un *arousal*, este posibil să determinăm subiecții să trăiască o stare emoțională anume fără ca acest lucru să se petreacă în realitate. Singura condiție este ca subiecții să nu aibă dinainte o explicație sau expectanțe legate de această stare interioară.

Deci emoțiile sunt foarte schimbătoare și ele pot fi influențate de mediul nostru social. O teorie similară, care explică atribuirea greșită a excitației, este teoria transferului a lui Zillman. El spune că dacă un eveniment (A) produce o excitație, iar apoi se produce un alt eveniment (B) care determină și acesta o excitație, atunci excitația finală atribuită evenimentului (B) este rezultată din suma excitației produse de cele două evenimente la un loc.

Aceste teorii nu sunt însă ferite de critici. Două critici mai importante s-au adus teoriei celor doi factori ai emoției.

a) **Valins** a criticat teoria lui Schachter și Singer spunând că nu este nevoie ca oamenii să perceapă în mod real excitația (*arousal*-ul), ci este suficient *să creadă* că trăiesc o excitație pentru ca apoi să-și atribuie emoții. În acest fel, credințele pot substitui prima etapă din procesul de atribuire a emoțiilor. De fapt, aceasta poate fi văzută mai degrabă ca o completare a teoriei celor doi factori ai emoției decât ca o critică.

b) Maslach precizează că, de cele mai multe ori, oamenii nu așteaptă până găsesc explicația corespunzătoare pentru *arousal*-ul trăit, ci folosesc explicațiile pe care le au la îndemână în acel moment. De aceea emoțiile pot fi atât de schimbătoare.

În replică, Taylor (1982) a afirmat că nu toate emoțiile pot fi atât de schimbătoare. El a găsit că emoțiile stabile, neinfluențate de factorii externi, sunt cele care prezintă importanță pentru individ. Într-un experiment, de exemplu, un grup de fete trebuiau să judece (în sensul că găseau persoana plăcută sau nu) fotografiile unor băieți cu care trebuiau sau nu să se întâlnească personal imediat după experiment. Fetele cărora li se spunea că se vor întâlni cu băieții respectivi judecau fotografiile fără a fi influențate de feedbackul fals dat de experimentator. Deci concluzia este că oamenii au și indicatori interni atunci când judecă emoțiile, nu numai indicatori externi, așa cum precizează teoria lui Schachter și Singer (1962).

2.5. Teoria autopercepției (D. Bem)

Este o teorie privind modul în care ajungem să ne cunoaștem propriile caracteristici pornind de la comportamentele noastre anterioare. În esență, este o teorie behavioristă, care nu pune accent pe procesele interne, pe stările sufletești interioare, ci pe informațiile pe care le avem la îndemână despre propria persoană. Din acest punct de vedere, este o teorie pur cognitivă și mulți o încadrează în rândul teoriilor atribuirii pentru că indivizii ajung să își atribuie calități pe baza propriilor comportamente.

Premisa majoră a acestei teorii este că în cunoașterea propriilor calități nu există o diferență între actori și observatori. Aceasta presupune că indivizii ajung să-și cunoască propriile calități în același mod ca și o altă persoană din afară care le-ar observa comportamentul sau la fel cum ei înșiși îi judecă pe alții, folosind aceleași procese cognitive. Deci pentru a face o judecată asupra propriilor calități, indivizii trebuie să parcurgă următoarele etape:

a) reamintirea unor comportamente anterioare care să susțină sau să contrazică prezența respectivei calități;

b) judecarea comportamentului în sensul dacă acesta a fost dorit de subiect în mod voluntar sau constrâns de împrejurări;

c) deducerea unei atitudini concordante cu comportamentul, dacă acesta a fost dorit de subiect, și a unei atitudini neconcordante, în cazul în care comportamentul a fost constrâns de mediu.

Conform acestei teorii, oricine din afară care are acces la aceste informații (comportamentele anterioare ale individului) poate deduce corect atitudinea, deci fără a o trăi efectiv.

Predicție pornind de la teoria autopercepției

Întrucât deducerea atitudinii se face pe baza analizei comportamentelor, acest lucru poate influența motivația, atitudinea indivizilor pornind de la factori externi. În psihologia clasică este bine cunoscută „legea efectelor recompensei". Aceasta afirmă că, cu cât crește recompensa pentru efectuarea unui anumit comportament, cu atât mai mult acest comportament va fi mai plăcut pentru individ. Teoria autopercepției a lui D. Bem prezice însă că dacă recompensa este dată pentru un comportament dorit inițial de individ, efectul acesteia va fi scăderea atitudinii pozitive sau a plăcerii rezultate din efectuarea comportamentului. Pentru a testa această predicție, unii cercetători au studiat comportamentele unor copii preșcolari. Inițial, experimentatorul a măsurat timpul pe care copiii îl petreceau desenând, din proprie inițiativă. Apoi, timp de o săptămână, copiii primeau câte o bomboană pentru fiecare desen realizat. În următoarea săptămână copiii nu au mai primit nici o recompensă pentru desenele făcute. S-a constatat ulterior că preșcolarii petreceau acum mult mai puțin timp desenând din proprie inițiativă. Concluzia : dacă cineva primește o recompensă pentru un comportament pe care îl face de plăcere (motivație intrinsecă), cu timpul, comportamentul ajunge să fie determinat de recompensă și nu de dorința individului de a-l efectua (motivație extrinsecă). Acest efect mai poartă denumirea de „efectul suprajustificării".

3. Conceptul de sine (*self-concept*)

De obicei, psihologia tradițională tratează conținutul și procesele psihice din trei perspective : *cognitivă*, *afectivă* și *comportamentală*. Încă de la începuturile sale, cogniția socială a pus accentul pe aspectele cognitive ale eului și a propus termenul „concept de sine".

În anii '80, când cercetările legate de eu în cogniția socială au luat amploare, prima sarcină a cercetătorilor a fost aceea de a stabili care este conținutul conceptului de sine. Din punct de vedere cognitiv, conceptul de sine este format din totalitatea informațiilor despre propria persoană, incluzând aici atât informații legate de propria personalitate (de exemplu, trăsături de personalitate), aspectele fizice ale propriei persoane (de exemplu, faptul că purtăm sau nu ochelari), dar și aspecte legate de statutul social (de exemplu, bunuri pe care le posedăm, poziții sociale ocupate).

Conceptul de sine a fost însă studiat și din punct de vedere afectiv.. Astfel, stima de sine (evaluare afectivă globală a propriei persoane) și atitudinile față de sine (evaluare afectivă în situații specifice ale propriei persoane) sunt componentele afective ale conceptului de sine.

3.1. Stabilitate *versus* maleabilitate

În mod intuitiv, conceptul de sine (totalitatea cunoștințelor, atitudinilor pe care o persoană le posedă despre sine) este văzut ca fiind stabil. Dar, din proprie experiență, ştim cu toţii că oamenii sunt schimbători şi noi înşine suntem maleabili în funcţie de situaţiile în care ne găsim. Deci este conceptul de sine stabil sau maleabil? Pentru fiecare dintre aceste calităţi sunt propuse diverse teorii.

3.1.1. *Conceptul de sine - stabil*

O primă dovadă a stabilităţii conceptului de sine a fost studiul longitudinal realizat de Black (a urmărit subiecţii de la începutul adolescenţei până la vârsta de 70 de ani), prin care a demonstrat stabilitatea anumitor trăsături personale la diferite vârste. Markus a propus conceptul de „schemă de sine", prin care a exprimat stabilitatea conceptului de sine. Conform acestei teorii, schema de sine este o structură organizată de cunoştinţe pe care cineva le posedă despre sine. Diferenţa dintre conceptul de sine şi schema de sine este aceea că schema de sine este o componentă a eului şi, în plus, oamenii pot fi *schematici* sau *aschematici* faţă de anumite trăsături personale. O persoană poate fi considerată schematică faţă de o anumită trăsătură personală dacă: (a) se percepe ca fiind extremă în acea dimensiune şi (b) consideră că acea trăsătură este importantă pentru ea. De exemplu, o persoană schematică faţă de trăsătura „sociabilitate" se consideră extrem de sociabilă şi, în acelaşi timp, are tendinţa de a-i judeca pe cei din jur exclusiv prin prisma acestei trăsături.

Faptul de a fi sau nu schematic faţă de anumite trăsături are consecinţe importante pentru indivizi. Din punct de vedere perceptual, indivizii schematici faţă de o anume trăsătură vor percepe mai uşor şi mai rapid situaţiile în care este implicată trăsătura respectivă. Din punctul de vedere al reamintirii informaţiilor sociale, cei schematici vor reţine mai uşor şi în cantitate mai mare informaţiile legate de trăsătura pentru care ei sunt schematici, comparativ cu persoanele aschematice. Alte consecinţe ale schematicităţii pot fi găsite în domeniul judecăţilor sociale. Astfel, persoanele schematice sunt mai „experte" în a judeca acele comportamente care implică schema pentru care ele sunt schematice din cel puţin două motive: (1) ele consideră eul lor ca fiind standard în judecare, iar dimensiunile faţă de care sunt schematice sunt cronic accesibile în memorie; (2) capacitatea lor de memorare a detaliilor comportamentelor pentru care ele au formată schema este foarte mare.

3.1.2. *Conceptul de sine - maleabil*

Există numeroase alte cercetări care afirmă însă că conceptul de sine, eul nu este stabil, ci maleabil, schimbător, depinzând de situaţie. Gândiţi-vă la situaţii în care v-aţi comportat extravertit (de exemplu, la o petrecere). Apoi găsiţi situaţii în care v-aţi comportat introvertit (de exemplu, la o înmormântare). Se pare că avem resurse să „activăm" din repertoriul nostru trăsături opuse, deci conceptul nostru despre sine trebuie să fie maleabil.

Ca exemplu în acest sens, ghidând întrebările puse subiecţilor, Fazio a determinat modificări în autoevaluarea lor ca fiind introvertiţi sau extravertiţi. Mai mult, Fazio a determinat chiar schimbări comportamentale ale acestor subiecţi atunci când aceştia au trebuit să participe la un alt experiment („extravertiţii" s-au aşezat mai aproape de complicele experimentatorului, în timp ce „introvertiţii" s-au aşezat mai departe).

Alte studii au arătat că, în afara factorilor contextuali, conceptul de sine nu poate fi modificat şi de factori motivaţionali. Kunda şi Sanitioso (1989) au lăsat subiecţi să creadă că introversiunea sau extraversiunea duce la succesul academic şi apoi au evaluat conceptul de sine al subiecţilor din perspectiva introversiunii extraversiunii. Cum era de aşteptat, subiecţii care credeau că introversiunea duce la succesul academic s-au autoevaluat mai introvertit, iar cei care credeau că extraversiunea conduce la succesul academic s-au autoevaluat mai extravertit. Astfel motivaţia poate ghida cogniţia, aşa încât numai informaţiile legate de interesele noastre sunt codificate şi stocate în memoria despre propria persoană, care face parte din conceptul de sine.

3.1.3. *Reconcilierea (abordarea modernă a conceptului de sine)*

În zilele noastre, abordarea cognitivistă asupra conceptului de sine reconciliază cele două curente privind stabilitatea sau maleabilitatea conceptului de sine, aşa cum au fost ele reflectate de rezultatele experimentale. Astfel, potrivit acestei viziuni, eul poate fi şi maleabil, şi stabil în acelaşi timp. Abordarea integrativă vede conceptul de sine ca pe o structură extrem de complexă de cunoştinţe despre sine, cunoştinţe ce pot fi contradictorii, episodice, abstracte.

Ca urmare a capacităţii cognitive limitate, oamenii nu pot avea tot timpul acces la întreaga masă de cunoştinţe pe care le au despre ei înşişi, ci doar la anumite subseturi din aceste cunoştinţe, acces determinat de factori externi, situaţionali, sau de factori interni, motivaţionali. Astfel se explică maleabilitatea conceptului de sine. Acele subseturi care sunt disponibile la un moment dat poartă denumirea de *momentary self* („eu momentan") sau *working self-concept*, deci „concept de sine de lucru", termen inspirat din studiile asupra memoriei (vezi *memoria de lucru*). Totodată, eul este şi stabil, în sensul că informaţiile pe care cineva le posedă despre sine sunt stabile în timp, chiar dacă nu sunt toate accesibile în acelaşi moment (de exemplu, noi ştim că suntem astăzi aceiaşi care am fost şi ieri etc.).

Ca un exemplu mai plastic legat de stabilitatea şi maleabilitatea eului, imaginaţi-vă o cameră întunecată în care se găsesc mai multe obiecte. Obiectele ar sugera totalitatea informaţiilor pe care le avem despre propria persoană. Cu o lanternă putem lumina doar o parte dintre obiecte în acelaşi timp (eul maleabil, momentan), dar ştim că aceleaşi obiecte se găsesc în cameră, chiar dacă nu le luminăm pe toate simultan (eul stabil).

3.2. Consistenţa comportamentelor personale

Oamenii au tendinţa să considere sinele ca pe o structură centrală ce controlează toate comportamentele, un agent care iniţiază comportamentele. De aceea se pune problema consistenţei dintre sine (cunoştinţe, credinţe) şi comportamentele manifeste ale unei persoane. Sunt într-adevăr comportamentele noastre ghidate de conceptul de sine?

3.2.1. *Teoria autoverificării*

Swann (1983) are o viziune constructivistă asupra sinelui, pe care îl vede ca o structură ce ia naştere din interacţiunea dinamică a subiectului cu mediul exterior. Din acest punct de vedere, oamenii au idei despre cine sunt ei, dar au nevoie şi de cei din jur pentru a-şi confirma părerile. Astfel, Swann a propus teoria autoverificării, care face asumpţia că indivizii îşi creează sau caută acele situaţii sociale care să le confirme ideile pe care le au despre sine. Situaţia este similară celor descrise în paragraful introductiv al lui Allport.

Pentru a atinge acest scop, oamenii se angajează în anumite strategii care pot fi *comportamentale* sau *cognitive*. În general, ei aleg acele situaţii sau persoane care să le confirme propriul concept de sine. Swann (1983) a realizat un experiment în care studenţii trebuiau să-şi aleagă un coleg de cameră dintre două persoane care ofereau feedback concordant sau discordant cu propriul concept de sine al subiectului. Rezultatele au arătat că oamenii îi aleg pe cei care oferă feedbackuri concordante cu propriile păreri despre sine.

Strategiile comportamentale sunt : alegerea situaţiei sau a persoanelor de contact (ca în cazul alegerii colegului de cameră), afişarea anumitor indicatori de identitate care „recomandă" celor din jur modul în care subiectul doreşte să fie tratat (de exemplu, se îmbracă, se poartă într-un anumit fel). Aceşti indicatori sociali trebuie să fie controlabili şi să solicite răspunsuri precise, bine stabilite din partea celor din jur, pentru a putea fi folosiţi cu succes în strategiile de confirmare a conceptului de sine.

Strategiile cognitive sunt : atenţia selectivă, părtinitoare (oamenii acordă atenţie doar feedbackurilor care le confirmă conceptul de sine), reamintirea selectivă, părtinitoare (oamenii tind să-şi aminteească mai mult acele informaţii care le confirmă conceptul de sine) şi interpretarea selectivă, părtinitoare (oamenii interpretează sau dau crezare feedbackurilor primite în aşa fel încât prin aceasta să-şi confirme propriile păreri).

3.2.2. *Teoria managementului impresiilor*

Unii psihologi afirmă că oamenii se angajează în anumite strategii comportamentale pentru a manipula impresia pe care o formează asupra celorlalţi, prin intermediul atribuirii (vezi exemplul cu efectul placebo – o pastilă care se presupunea că scade performanţa). Acest fenomen se produce atunci când efectele negative pot fi prevăzute dinainte de subiect, iar acesta are posibilitatea să facă atribuiri externe pentru eşec.

Teoriile legate de managementul impresiilor inversează oarecum teoria disonanţei cognitive. În teoria disonanţei cognitive (Festinger, 1957), oamenii care se manifestă contradictoriu în mediul social prin comportamentele lor (de exemplu, cineva e de acord că fumatul dăunează sănătăţii şi totuşi continuă să fumeze) vor trăi o stare de disonanţă, de disconfort, pe care trebuie să îl reducă cumva – fie prin schimbări comportamentale (de pildă, renunţarea la fumat), fie prin schimbări cognitive (de exemplu, justificări). Teoria managementului impresiilor (Schlenker, 1982) precizează că oamenii nu trăiesc în mod subiectiv disonanţa cognitivă. Ei nu sunt preocupaţi să apară ca fiind „consistenţi” în propriii ochi, ci doar în legătură cu cei din jur.

Astfel, vor căuta să ofere celor din jur o imagine consistentă, concordantă despre propria persoană, chiar dacă aceasta înseamnă că în realitate ei nu vor fi consistenţi faţă de ei înşişi. Spre exemplu, o persoană căreia nu-i plac copiii, dar care are de-a face cu aceştia în mediul social (de exemplu, este vânzător la un magazin de jucării) va căuta să ofere o impresie contrară celor din jur la serviciu, dar se va manifesta deschis faţă de prietenii apropiaţi, fără ca această contradicţie să ducă la trăirea unei stări de disonanţă cognitivă. E vorba aici doar de a crea o anume impresie în mediul social, o strategie de adaptare la lumea socială din jurul nostru.

3.2.3. *Teoria eurilor posibile*

Eurile posibile reprezintă portretele eului nostru în viitor, proiecţii realiste, personalizate şi concrete ale propriilor calităţi. Ele sunt reprezentarea cognitivă a scopurilor şi motivaţiei noastre în sfera conceptului de sine. Două sunt funcţiile cele mai importante ale eurilor posibile : ele sunt factori stimulatori, motivaţionali ai comportamentului prezent, constituind şi un context evaluativ pentru eul actual, prezent. Porter, Markus şi Nurius au precizat importanţa eurilor posibile pentru eul actual, în sensul că eurile posibile constituie un context evaluativ pentru cel actual, iar diferenţele întâlnite la indivizi privind eul actual pot fi explicate pe baza celor posibile (vezi exemplul cu oamenii depresivi şi diferenţa dintre ei pe baza eurilor posibile). Porter a extins această teorie aplicând-o în terapiile intensive antialcoolice sau de slăbit, fumat etc.

Pornind tot de la diferenţa dintre euri, Higgins a propus o teorie ce leagă cogniţia de afect, teoria discrepanţei dintre euri. Higgins a identificat trei euri : eul actual perceput (ceea ce crede subiectul despre sine), eul ideal (cum ar dori subiectul să fie) şi eul dorit (ceea ce crede subiectul că ar trebui să fie în conformitate cu dorinţa celor din jurul său). Higgins a precizat că discrepanţa dintre diverse euri conduce la trăirea unor emoţii specifice. Astfel, discrepanţa dintre eul actual şi cel ideal conduce la emoţii asociate cu respingerea, iar discrepanţa dintre eul actual şi cel dorit conduce la emoţii asociate cu agitaţia. Reducerea discrepanţei dintre euri se face fie cognitiv (modificând eurile ideal şi dorit), fie comportamental, modificând eul actual.

REZUMAT

În capitolul de faţă am trecut în revistă doar câteva aspecte legate de studiul eului în cogniţia socială. Chiar dacă titani ai psihologiei au căutat încă de acum două secole (James, 1890 ; Allport, 1943) să promoveze eul ca obiect de studiu pentru psihologi, dincolo de studiul propriu-zis al personalităţii, doar în urmă cu câteva decenii acesta a început să-şi găsească locul în cadrul cogniţiei sociale.

Acum, studiul eului are un loc bine stabilit în cogniţia socială, fiind abordat din toate punctele de vedere, cognitiv, afectiv, motivaţional şi comportamental. Mai mult, toate aceste abordări recunosc faptul că lumea socială din jurul nostru este adânc engramată în propria identitate, că cei din jur sunt parte integrantă din propriul concept de sine.

Bibliografie

Allport, G.W. (1943). The ego in contemporary psychology. *Psychological Review*, 50, 451-478.

Allport, G.W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Allport, G.W. (1954). *The Nature of Prejudice*. Cambridge: Addison-Wesley.

Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Disonance*. Stanford: Stanford University Press.

Gergen, K.J. (1997). Social psychology as social construction: The emerging vision. În C. McGarty, S.A. Haslam (eds.). *The Message of Social Psychology*. Cambridge: Blackwell, 113-128.

James, W. (1890). *The Principles of Psychology*. New York: Holt.

Kunda, Z.; Sanitioso, R.B. Motivated changes in the self-concept. *Journal of Experimental Social Psychology*, 25, 272-285.

Markus, H. (1977). Self-schemata and processing information about the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 63-78.

McGuire, W.J.; Padawer-Singer, A. (1976). Trait salience in the spontaneous self-concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 961-978.

Schachter, S.; Singer, J. (1962). Cognitive, social and physiological determinants of emotional state. *Psychological Review*, 65, 379-399.

Swann, W.B. (1983). Self-verification: Bringing social reality in the harmony with the self. În J. Sruls, G. Greenwald (eds.). *Psychological Perspectives on the Self* (vol. 2). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Association.

Taylor, S.E. (1982). The interface of cognitive and social psychology. În J.H. Harvey (ed.). *Cognition, Social Behavior, and the Environment*. Hillsdale: Erlbaum, 189-211.

Turner, J.C.; Oakes, P.J.; Haslam, S.A.; McGarty, C. (1994). Self and the collective: Cognition and social context. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 454-463.

Cogniţia socială

Ovidiu Lungu

Imaginaţi-vă o situaţie familiară : abia aţi început primul semestru la facultate, departe de casă, şi aţi început să vă acomodaţi cu noul program, cu noile cunoştinţe. Este o perioadă a vieţii foarte excitantă, în general. Dar toate acestea au un cost : pe măsură ce petreceţi tot mai mult timp cu noii colegi şi vă ocupaţi de noile responsabilităţi, simţiţi că lăsaţi pe cineva în urmă. Poate fi prietenul sau prietena voastră cea mai bună. Ce faceţi acum, când sunteţi departe unul de altul ? Unii vă vor aminti proverbul : *Ochii care nu se văd se uită.* Alţii vă vor spune : *Mai răruţ, că-i mai drăguţ.* Pe care dintre aceştia îi veţi crede ?

Sau să luăm un alt exemplu. Trebuie să pregătiţi o lucrare pentru un seminar, iar profesorul vă permite să lucraţi fie singur, fie în grup. Ce variantă veţi prefera ? Ştiţi ce se spune : *Două capete sunt mai bune decât unul singur.* Dar tot aşa, un alt proverb zice : *Copilul cu două moaşe rămâne cu buricul netăiat.* Ce veţi face într-o asemenea situaţie ?

Iată doar câteva situaţii în care psihologia socială – mai precis, cogniţia socială – are ceva de spus.

Psihologia exercită o atracţie deosebită asupra oamenilor. Dacă spuneţi cuiva, la o petrecere, că sunteţi psiholog sau că studiaţi psihologia, două reacţii sunt foarte probabile : interlocutorul fie se va retrage îngrozit că s-ar putea să-i descifraţi mintea şi să-i pătrundeţi cu uşurinţă în intimitate, fie va începe să-şi descarce sufletul şi să vă împărtăşească tot felul de lucruri personale. Pentru a evita astfel de situaţii, unii psihologi (Fiske şi Taylor, 1991) preferă să spună că ei studiază felul în care oamenii îşi formează prima impresie la o petrecere. O asemenea replică are darul de a curma orice conversaţie. Dar ea este foarte aproape de ceea ce studiază de fapt cogniţia socială. Felul în care ne formăm impresiile despre ceilalţi, felul în care acţionăm când ceilalţi sunt în preajma noastră sau atunci când doar ne gândim la ei, toate acestea sunt datele cu care lucrează psihologia socială.

Psihologia socială este definită ca fiind studiul modului în care oamenii gândesc, simt şi se comportă sub influenţa reală, imaginară sau implicată a altora (Allport, 1954). Acest capitol se ocupă de abordarea cognitivă în psihologia socială sau de ceea ce se numeşte în mod obişnuit *cogniţia socială.*

Cogniţia socială studiază modul în care oamenii înţeleg lumea lor socială ; ea examinează cum se percep oamenii pe ei înşişi şi pe ceilalţi. Indivizii posedă în mod obişnuit anumite „teorii" ce explică pentru dânşii de ce oamenii se comportă aşa cum se comportă şi de ce ei înşişi se comportă într-un anumit fel (Nisbett şi Ross, 1980). Aceste teorii ale simţului comun - care adesea sunt exprimate în proverbe similare cu cele pe care le-am folosit la începutul capitolului, teorii pe care le posedă oamenii despre lumea lor socială - constituie obiectul uneia dintre abordările tradiţionale din cogniţia socială. Desigur, teoriile simţului comun nu sunt întotdeauna adevărate sau ele trebuie particularizate. Oamenii îşi pot motiva comportamentul menţionând anumite motive sau cauze ale acestuia, care de fapt diferă de „adevăratele" motive sau cauze. Cu toate acestea, indiferent dacă sunt capabili să identifice adevăratele cauze ale comportamentului propriu sau al celor din jur, ei sunt influenţaţi decisiv de cauzele deduse în urma acestui fenomen de atribuire, iar acestea - dacă sunt cunoscute de către psihologi - pot prezice cu destulă precizie comportamentul persoanei respective în situaţii similare.

1. Cogniţia în psihologie

În zilele când psihologia abia lua naştere ca ştiinţă, cercetătorii se bazau mult pe introspecţie. Wundt, care a înfiinţat primul laborator de psihologie experimentală, folosea nu numai introspecţia, ci a pus bazele metodelor moderne care utilizează timpii de reacţie. Folosirea introspecţiei făcea din Wundt un cognitivist în principii : el era interesat de experienţele subiective ale oamenilor. În cele din urmă însă, introspecţia a fost abandonată din cauza nerespectării standardelor ştiinţifice care presupun ca rezultatele să poată fi reproduse în mod public.

În momentul în care introspecţia a fost abandonată ca metodă ştiinţifică, studiul cogniţiei a fost şi el neglijat, iar behaviorismul a câştigat teren. Adepţii acestui curent susţineau că numai comportamentele observabile şi măsurabile sunt suficient de valide pentru a face obiectul unei cercetări ştiinţifice. Spre exemplu, Skinner (1963) a dezvoltat teoria condiţionării operante, ce presupune că orice comportament este urmat de recompense sau pedepse care, la rândul lor, determină repetarea acelui comportament. Cu alte cuvinte, un efect comportamental devine cauza unui comportament viitor. Observăm că în această teorie, cogniţia lipseşte complet sau este irelevantă. Mai mult, unul dintre behaviorişti (Watson, 1930 ; *apud* Fiske şi Taylor, 1991) a afirmat la un moment dat că „cogniţia este o superstiţie" (!).

Principiul behaviorist de bază era acela că orice stimul (S) este asociat unui răspuns (R), iar rolul psihologului nu este altul decât acela de a identifica aceste „lanţuri" de tip stimul-răspuns (S-R). Spre exemplu, în opinia behavioriştilor, discriminarea rasială sau etnică se explică prin faptul că părinţii îşi pedepsesc copiii atunci când se joacă cu alţii de altă rasă sau etnie. Astfel, stimulul (S), „persoane de altă rasă/etnie", va fi asociat cu un răspuns (R), „evitare/discriminare", fără ca stereotipurile (elemente cognitive) să joace vreun rol. Ulterior însă, behaviorismul a fost puternic criticat, mai întâi de lingvişti şi apoi de psihologii care au pus bazele unei noi abordări în psihologie, *paradigma procesării informaţiilor*.

O varietate şi o cantitate imensă de informaţii (diferite forme de energii din mediu) ne „bombardează" simţurile în orice moment. Mai mult, pe lângă această cantitate imensă de informaţii provenite din mediul extern şi accesibilă nouă prin intermediul organelor de simţ, alte informaţii provenite din memorie sau inferate pe baza cunoştinţelor anterioare trebuie şi ele procesate. Astfel, în orice moment există două fluxuri simultane de informaţii cărora oamenii trebuie să le facă faţă : un flux „ascendent" (detectarea şi perceperea informaţiei din mediul extern) şi un flux „descendent" (codificarea, stocarea şi organizarea informaţiilor noi pe baza celor anterioare).

Ulrich Neisser (1976), unul dintre fondatorii psihologiei cognitive, afirma: „Cogniţia este activitatea de cunoaştere : achiziţionarea, organizarea şi utilizarea cunoştinţelor" (Neisser, 1976, p. 1).

Paradigma procesării informaţiilor, paradigma fundamentală a disciplinei, are două principii de bază. În primul rând, teoreticienii ei presupun că în lanţul S-R mai intervine o variabilă, P (persoana), care aduce cu sine şi cogniţia în ecuaţie. Astfel, lanţul devine S-P-R şi răspunsul nu se mai asociază direct cu stimulul, ci indirect, prin intermediul informaţiilor (cogniţiilor) pe care le posedă P. Astfel se explică de ce în prezenţa aceluiaşi stimul (de exemplu, zborul cu avionul), reacţia oamenilor este diferită (unora le este frică, alţii sunt încântaţi). Fiecare reacţionează la acelaşi stimul în funcţie de informaţiile care sunt prelucrate înainte de răspuns.

Al doilea principiu al paradigmei procesării informaţiilor este *stadialitatea* în procesarea informaţiilor. Astfel, operaţiile mentale pot fi împărţite în stadii, în etape care se pot desfăşura numai dacă stadiile anterioare au avut loc. Rolul psihologului este aşadar acela de a preciza sau identifica tocmai stadiile procesării informaţiilor pentru a putea apoi prezice comportamentul sau răspunsul individului la un anumit stimul.

Rezumând, psihologia a debutat cu introspecţia ca metodă ştiinţifică de a obţine informaţii despre modul de a gândi al oamenilor şi cu o focalizare clară asupra proceselor cognitive în teoriile acelei perioade. Ulterior, behavioriştii au eliminat nu numai introspecţia ca metodă de cercetare, ci şi cogniţia ca obiect al cercetării. Abia recent (anii '60) psihologia cognitivă a înlocuit abordarea pur behavioristă şi a repus în drepturi cogniţia.

2. Cogniţia în psihologia socială

În contrast cu celelalte ramuri ale psihologiei, psihologia socială a fost dintotdeauna de sorginte cognitivă, chiar şi atunci când celelalte ramuri ale psihologiei erau dominate de behaviorism. Încă din timpul lui Lewin (1951), psihologii sociali au realizat că pentru a înţelege comportamentul social este necesar să luăm în calcul felul în care individul percepe lumea sa socială mai degrabă decât ceea ce se petrece în mod obiectiv. Spre exemplu, o recompensă materială poate fi percepută ca mită sau ca un cadou şi astfel reacţia persoanei va fi diferită la acelaşi stimul, aşa încât ceea ce prezice comportamentul persoanei va fi percepția situației sociale (aspect cognitiv) și nu comportamentul propriu-zis al celui care oferă recompensa.

Mai mult, oamenii pot fi influențați în comportamentul lor chiar și de prezența *imaginară* a celorlalți. De multe ori, când nu suntem siguri pe acțiunile noastre, ne gândim la ce ar zice cei apropiați dacă ar afla ce am făcut. Este o ilustrare a rolului pe care cogniția îl joacă în determinarea comportamentului, fapt de care psihologia socială a fost conștientă încă de la apariția sa ca ramură distinctă.

Scopul cogniției sociale este acela de a înțelege modul în care oamenii ajung să dezvolte o anumită perspectivă legată de lumea socială din jurul lor (Fiske și Taylor, 1991).

În viața cotidiană, oamenii nu numai că procesează infomații legate de ei înșiși sau de cei din jurul lor, dar în același timp dezvoltă teorii despre modul în care gândesc, așa-numitele „teorii naive".

Cogniția socială folosește metodele și teoriile de bază ale psihologiei cognitive, dar le aplică în domeniul social. Astfel, important pentru cogniția socială este felul în care oamenii procesează informațiile sociale (deci fluxul informațional de la input – percepție până la output – comportament).

Pentru că cercetările din domeniul cogniției sociale sunt foarte mult influențate și similare din punct de vedere metodologic cu cele din psihologia cognitivă, cogniția socială poate fi văzută mai curând drept o subramură a psihologiei cognitive decât o știință de sine stătătoare. În plus, cogniția pare să fie prezentă mai mult la nivelul proceselor individuale – și atunci apare întrebarea : ce este „social" în cogniția socială, în afară de faptul că „obiectele" cu care operează individul sunt în acest caz sociale?

Așa cum precizează Leyens și Dardenne (1996), cogniția poate fi catalogată ca fiind socială din cel puțin trei puncte de vedere : (1) operează cu obiecte sociale ; (2) are origini sociale întrucât este creată și stimulată prin interacțiunile sociale ; și (3) este împărtășită social, membrii unui grup sau ai unei comunități având aceleași cunoștințe sociale sau același mod de gândire.

După cum precizam anterior, cogniția socială nu încearcă numai să explice modul în care oamenii procesează informații despre ei înșiși sau despre cei din jur, ci caută să descopere teoriile pe care oamenii le au despre modul în care gândesc ei înșiși. Luând în considerație aceste două aspecte, de-a lungul timpului, cogniția socială a propus diferite modele care descriu felul în care omul obișnuit gândește sau operează în mediul său social (Leyens și Dardenne, 1996) : individul raționalizator sau „căutătorul de consistență", „omul de știință naiv", „leneșul" cognitiv și „tacticianul" motivat. Aceste perspective sunt enumerate în continuare, în ordinea apariției lor în cogniția socială :

Perspectiva „căutătorului de consistență" a dominat psihologia socială de după al doilea război mondial o dată cu dezvoltarea cercetărilor din domeniul schimbării de atitudine. Astfel, teoriile consistenței, cum au fost ele denumite, vedeau oamenii ca fiind „căutători" de consistență, motivați în comportamentele lor de reducerea discrepanței (inconsistenței) dintre cognițiile (informațiile) pe care le posedă (Festinger, 1957 ; Heider, 1958). De exemplu, dacă un diabetic a cedat ispitei și nu a respectat dieta strictă, el trebuie să întreprindă un demers cognitiv pentru a pune cele două cogniții contradictorii în concordanță.

Cele mai importante aspecte ale acestei abordări, care relevă de altfel natura cognitivă a acestor teorii, ţin de faptul că discrepanţa sau neconcordanţa care trebuie redusă nu trebuie să fie neapărat obiectivă; este de ajuns ca ea să fie subiectiv percepută. În al doilea rând, este de presupus că o dată ce inconsistenţa este percepută de către individ, el simte o tensiune negativă, o stare de disconfort pe care trebuie să o reducă. Reducerea acestei stări negative este o recompensă prin ea însăşi. În exemplul cu persoana diabetică ce nu respectă dieta, ea nu va fi eliberată de starea anxioasă până ce nu va fabrica nişte scuze, nişte justificări pentru comportamentul său dăunător.

Aceste teorii au fost abandonate ulterior, pe de o parte pentru că diferitele lor variante nu se mai distingeau unele de altele, iar pe de altă parte, din cauza dificultăţii de a prezice ce anume va percepe persoana ca fiind inconsistent şi care va fi alternativa aleasă pentru reducerea acestei inconsistenţe (îşi va schimba comportamentul sau cogniţiile?).

Perspectiva „omului de ştiinţă naiv" este prima abordare cu adevărat cognitivă din domeniul psihologiei sociale. Teoriile propuse de această perspectivă tratează modul în care oamenii îşi explică lumea înconjurătoare şi descoperă cauzele comportamentului propriu sau al celor din jur. Teoriile atribuirii sunt primele ale acestei abordări şi ele descriu felul în care oamenii găsesc cauzele interne sau externe ale comportamentului. Spre exemplu, dacă ne întrebăm de ce un coleg ne vorbeşte răstit, este important să ştim dacă sunt în joc anumite circumstanţe (de exemplu, tocmai s-a certat cu şeful – cauză externă) sau acesta este felul său de a fi (cauză internă). Felul în care facem atribuirea ne va ghida ulterior comportamentul.

Asumpţiile care stau la baza paradigmei omului de ştiinţă naiv sunt în mare parte cognitive: se presupune că oamenii sunt fiinţe raţionale care, în procesul de înţelegere a lumii înconjurătoare, se comportă ca nişte savanţi, adunând date şi apoi analizând logic concluziile. Teoriile iniţiale considerau că erorile care apar în atribuire sunt cauzate de intervenţia proceselor motivaţionale sau afective, care tulbură cursul cognitiv normal de procesare a informaţiilor.

Dacă greşim atunci când atribuim cauzele comportamentului (spre exemplu, spunem că un coleg era iritat pentru că tocmai se certase cu şeful), aceste erori se datorează intervenţiei factorilor afectivi – mai precis, nu suntem motivaţi să admitem că acel coleg este supărat pe noi.

Perspectiva „leneşului cognitiv". Cogniţia socială porneşte de la presupunerea că fiinţele umane sunt „leneşe" cognitiv. Acest lucru înseamnă că oamenii au capacităţi cognitive limitate şi că vor folosi „scurtături" în judecăţile şi inferenţele pe care le fac. Aceste „scurtături" se numesc *euristici* şi se consideră că ele permit oamenilor să ia decizii şi să facă inferenţe rapid, chiar dacă astfel se pierde din acurateţe. Cu alte cuvinte, euristicile pot conduce la erori şi tendinţe manifestate în gândire. Oamenii nu pot procesa toate informaţiile care provin din mediul înconjurător la un moment dat. Acest fapt implică utilizarea unor mecanisme care să selecteze doar informaţiile relevante pentru sarcina prezentă. Unul dintre aceste filtre selective este schema. Schema permite atenţiei să fie direcţionată asupra informaţiilor relevante, care sunt astfel reţinute în detaliu, şi să infereze (deducă) noi informaţii, ce nu au fost prezente în stimulii iniţiali. Costul aplicării acestui mecanism este acela că uneori informaţiile relevante dar care nu se potrivesc cu schema pot fi astfel ignorate.

Privită dintr-o perspectivă istorică, presupunerea că fiinţele umane sunt leneşe cognitiv poate fi pusă în contrast cu alte puncte de vedere despre oameni, care au dominat psihologia socială în anii ei de început. Astfel, abordarea care a precedat-o în mod direct pe cea a leneşului cognitiv a fost aceea a omului de ştiinţă naiv. Teoriile atribuirii (ce vor fi detaliate în capitolele următoare) presupun că oamenii se comportă în viaţa de zi cu zi precum savanţii, animaţi de motivaţia şi cu scopul de a avea o înţelegere cât mai corectă asupra lumii sociale, pentru a-şi putea exercita controlul asupra ei. Acestea presupun că oamenii se întreabă mereu *de ce* se produc anumite evenimente (deci are loc o analiză cauzală), în scopul unei mai bune preziceri a producerii acestora în lumea socială. Spre deosebire de teoriile obişnuite din cogniţia socială, teoriile atribuirii pretind că oamenii pot gândi normativ (adică folosind principii logice sau statistice), evitând astfel erorile care se pot produce în mod „natural" prin utilizarea euristicilor. Din perspectiva teoriilor atribuirii, erorile şi tendinţele ce pot apărea în atribuire se presupune că se datorează intervenţiei motivaţiei. Astfel, întrucât oamenii sunt motivaţi de nevoia lor de control al mediului în care trăiesc, ei ajung să-şi exagereze rolul în producerea unor evenimente, mai ales când acestea sunt extrem de dezirabile pentru indivizii respectivi.

Perspectiva „tacticianului motivat". Aceste perspective schimbătoare asupra oamenilor reflectă accentul pe care diferitele abordări îl pun asupra motivaţiei. Sistemul psihic este constituit din motivaţie, sentimente (emoţie) şi gândire (cogniţie). Teoria disonanţei cognitive adoptă o astfel de poziţie ce accentuează în principal rolul motivaţiei. Motivaţia este cea care determină cogniţia sau gândirea. Perspectiva omului de ştiinţă naiv readuce motivaţia pe o poziţie secundară. Motivaţia este implicată cel mai mult în producerea unor interferenţe ce pot conduce la erori sau tendinţe. Privind lucrurile din perspectiva teoriilor atribuiririi, se poate argumenta că presupunerea ce stă la baza acestora (că oamenii sunt orientaţi spre înţelegerea corectă şi spre controlul mediului social) este de fapt pur motivaţională. Abordarea leneşului cognitiv nu este non- şi nici măcar anti-motivaţională. Erorile şi tendinţele atribuite în mod curent motivaţiei sunt reexplicate în termeni pur cognitivi, invocând natura failibilă a sistemului cognitiv uman. Perspectiva primatului cognitiv a câştigat o mare acceptanţă în ultimii 20 de ani şi este considerată a fi o explicare mult mai pertinentă a erorilor şi tendinţelor ce caracterizează sistemul cognitiv uman. Mai degrabă decât invocând diferite sisteme psihice cum ar fi motivaţia, erorile şi tendinţele procesărilor cognitive se presupune că sunt cauzate de alcătuirea inerentă a capacităţilor umane de prelucrare a informaţiei, deci de sistemul cognitiv uman.

2.1. Elementele cogniţiei sociale

Psihologii cognitivişti sociali sunt interesaţi să ajungă la o înţelegere cât mai adecvată a motivelor „reale", a acelora care-i determină pe oameni să se comporte într-un anumit fel. Cunoaşterea acestor motive nu numai că va permite o precizie mai mare în prezicerea felului în care oamenii se vor comporta în noi situaţii, dar va oferi şi soluţii ce privesc schimbarea comportamentului indivizilor. Ghidaţi de modele, teorii şi o riguroasă metodologie experimentală, teoreticienii cognitivişti sociali încearcă să ajungă să înţeleagă cum felul în care oamenii percep lumea lor socială şi determină pe aceştia să se comporte într-un anumit mod. Acest lucru implică o analiză detaliată a percepţiei şi inferenţelor (a deducţiilor, gândirii) sociale.

Ca o abordare a studierii fenomenelor sociale, cogniţia socială este caracterizată prin : a) *focalizare pe mentalism* şi b) *orientare spre procese*.

Prima caracteristică se referă la studiul cunoştinţelor sociale pe care oamenii le utilizează pentru a-şi reprezenta şi a-i înţelege pe cei din jur şi pe ei înşişi. Reprezentările despre lumea socială pot include structuri organizate de cunoştinţe reprezentând concepte particulare cum ar fi *eul*[1], *altă persoană*, *un grup de persoane*. Această structură organizată de cunoştinţe se numeşte *categorie* sau *schemă*. De asemenea, teoriile simţului comun care explică de ce oamenii fac ceea ce fac au în vedere tot această primă caracteristică a cogniţiei sociale. Un exemplu al focalizării pe mentalism poate fi aplicarea stereotipurilor. Cum şi-i reprezintă oamenii pe cei diferiţi de ei înşişi (prin culoarea pielii, sex, origine naţională) ? Out-grup-urile (grupurile care nu conţin propria persoană) sunt adesea reprezentate prin categorii ce exagerează similarităţile dintre membrii grupului pe seama scăderii variabilităţii individuale.

Orientarea spre procese înseamnă că abordarea cogniţiei sociale se referă şi la modul în care cunoştinţele sociale sunt achiziţionate, utilizate şi transformate. Revenind din nou la exemplul nostru privind manifestarea stereotipurilor, teoreticienii cognitivişti sociali pot fi interesaţi de modul în care oamenii dezvoltă şi achiziţionează stereotipul despre afro-americani[2] în SUA, despre indienii aborigeni în Australia sau despre ţigani în România. Stereotipurile pot fi învăţate de la alţii în cadrul propriei culturi sau prin observaţii şi experienţe personale (Devine, 1991). Modul prin care stereotipurile sunt achiziţionate are implicaţii şi asupra modului în care ele pot fi schimbate. Schimbarea stereotipurilor negative faţă de diferite grupuri rasiale, de exemplu, este un domeniu în care psihologii sociali şi reprezentanţii guvernului sau ai administraţiei publice pot coopera. Problema folosirii stereotipurilor implică clarificarea situaţiilor în care stereotipurile sunt utilizate mai frecvent şi a celor în care acestea sunt mai puţin folosite.

De aceea, o idee centrală a abordării cognitive a psihologiei sociale este că noi, ca psihologi, trebuie să „pătrundem" în mintea oamenilor pentru a le înţelege modul de comportare. În ciuda creşterii şi apoi a scăderii importanţei cogniţiei în alte domenii din psihologie (de exemplu, abordarea behavioristă ce a predominat în Statele Unite), psihologia socială a fost aproape tot timpul cognitivistă în modul său de abordare. Ideile centrale din psihologia socială, ce evidenţiază abordarea cognitivistă, accentuează punctul de vedere că cea mai bună cale de a înțelege comportamentul uman este prin examinarea modului în care oamenii percep și înțeleg mediul lor social și nu prin descrierea obiectelor ce fac parte din acest mediu social (Lewin, 1951), folosind ca variabile dependente în special măsurători cognitive. În cele mai multe studii, experimentatorii îi întreabă direct pe subiecți cum se simt (o reprezentare cognitivă a emoției) sau cum intenționează să se comporte (o măsură cognitivă a comportamentului) utilizând scalele Likert în cele mai multe cazuri.

---

[1] Conceptul de „eu" în psihologia socială americană nu are acelaşi sens cu noţiunea din abordarea psihanalitică.

[2] În Statele Unite ale Americii nu se consideră *politically correct* ca persoanele de culoare să fie denumite „negri". De aceea, în vorbirea curentă şi limbajul folosit de mass-media s-a încetăţenit numele de „afro-americani" pentru a denumi aceste persoane.

2.2. Procesele cogniției sociale

Formarea impresiei despre o altă persoană este sarcina esențială a percepției sociale. Atunci când își formează impresia despre o altă persoană, de obicei, oamenii au la dispoziție două surse de informații. Prima constă din informațiile obiective, reale – comportamentele persoanei observate –, iar cealaltă sursă o reprezintă cunoștințele celui care percepe (cum ar fi informațiile despre persoane similare cu persoana observată). Astfel, impresiile pot fi determinate în principal fie de datele sau informațiile unice, specifice persoanei observate, fie de cunoștințele și credințele pe care cel care observă le posedă anterior percepției sociale. Pornind de la această clasificare, putem distinge două tipuri de impresii : impresii bazate pe date (pe comportamentele observate direct) și impresii bazate pe categorii (pe cunoștințele sau credințele anterioare pe care le posedă cel care percepe). De cele mai multe ori, în viața reală, probabil că ambele tipuri de impresii sau informații operează simultan – dar pentru a le putea studia, este bine să avem în vedere această distincție.

2.2.1. *Atenția și codificarea informațiilor*

Procesele percepției sociale încep cu atenția. Cu alte cuvinte, înainte de a percepe ceva, observatorul trebuie să-și îndrepte atenția către respectivii stimuli. Însă din cauză că oamenii posedă capacități limitate de procesare a informației, ei nu pot observa toate aspectele unui anume stimul sau despre mediul în care acesta se găsește. De aceea, atenția (în accepția cogniției sociale) se referă tocmai la cantitatea de resurse cognitive alocate rezolvării unei anumite sarcini – în cazul nostru, procesarea unuia sau altuia dintre aspectele unui stimul social. Atenția se caracterizează atât prin intensitate, cât și prin direcție. Spre exemplu, în timp ce ascultă un curs, un student poate să-și îndrepte toată atenția spre ceea ce se prezintă la acel curs. Cu toate acestea, el mai poate fi conștient că afară plouă sau ninge sau poate să nu-și mai simtă hainele în contact cu pielea. Procesul prin care stimulii externi sunt transformați în reprezentări interne se numește *codare* sau *codificare*.

În cursul perceperii unui stimul social, oamenii pot acorda atenție unor anumite aspecte ale lui și pot ignora altele. Elementul căruia i se acordă atenție poate fi influențat fie de caracteristicile reale, obiective ale stimulului (fapt cunoscut și ca procesare ascendentă a informației, de la stimul către reprezentarea sa mentală), fie de expectanțele și cunoștințele anterioare ale subiectului (procesare descendentă).

Salience[1] şi *vividness*[2] sunt două dintre caracteristicile stimulului ce pot atrage sau influenţa atenţia observatorului.

Salience este o proprietate a stimulului dependentă de contextul în care acesta se găseşte. De exemplu, o femeie într-un grup de bărbaţi va fi salient. O persoană îmbrăcată în roşu printre alte persoane îmbrăcate în negru va fi iarăşi salient. Totuşi dacă pe femeia din primul exemplu o vom vedea printre alte femei, sau persoana din al doilea exemplu – într-un grup de persoane îmbrăcate tot în roşu, nici una dintre aceste persoane nu va mai fi salient. Cu alte cuvinte, *salience*-ul rezultă din faptul de a avea un status special sau unic într-un anume context. Procesul a fost observat şi în psihologia gestaltistă, unde figura se evidenţiază într-un anumit context, deci este salient. Reamintiţi-vă că eroarea fundamentală a atribuirii se referea la tendinţa de a atribui cauzele comportamentelor persoanelor şi nu situaţiilor. În acest caz, explicaţia acestei tendinţe se bazează pe aspectul salient al persoanelor comparativ cu situaţiile. Persoanele (actorii sociali) se mişcă, vorbesc, acţionează – cu alte cuvinte, sunt dinamice –, iar acest lucru le face să devină salient în comparaţie cu o situaţie mai mult sau mai puţin statică. Dacă am utiliza termenii gestaltişti pentru a descrie acest fenomen, am spune că actorii sunt figurile, iar situaţia ar fi decorul şi, ca urmare, e normal ca actorii să atragă mai multă atenţie.

2.2.2. *Procesarea ascendentă şi procesarea descendentă a informaţiilor*

Dincolo de comparaţia cu un anume context, *salience* poate fi şi rezultatul cunoştinţelor sau expectanţelor anterioare privind relevanţa stimulului social pentru cel care observă. Aceste cunoştinţe anterioare se referă la faptul că oamenii au adesea expectanţe cu privire la comportamentele sau caracteristicile unui anume stimul (*e.g.* cum anume trebuie să se comporte un doctor la o consultaţie, un chelner la un restaurant etc.). Spre exemplu, ne aşteptăm de la un preot să fie religios, amabil şi de încredere. Închipuiţi-vă că aţi vedea un preot dansând pe stradă. Acest comportament vă va atrage atenţia pur şi simplu pe baza faptului că el vă contrazice expectanţele pe care le aveţi despre cum ar trebui să se comporte persoana respectivă. Nu la fel de mult vă va atrage atenţia un adolescent care face acelaşi lucru, deoarece pentru această ţintă socială, comportamentul respectiv este mai caracteristic. De asemenea, şi relevanţa personală a unui stimul pentru observator poate să crească *salience*-ul acelui stimul. Spre exemplu, dacă cel din faţa dumneavoastră urmează să vă fie şef, persoana respectivă vă va atrage atenţia indiferent de contextul imediat în care se află, chiar dacă e îmbrăcată la fel ca şi ceilalţi din jur.

Proprietatea de *salience* exercită o puternică influenţă asupra inferenţelor cauzale, judecăţilor pe care le facem despre stimulul social perceput. Un studiu realizat de

---

[1] *Salience* (engl.) se referă la o proprietate a stimulului care îl face pe acesta să se evidenţieze uşor într-un anume context.

[2] *Vividness* (engl.) este asemănător cu *salience*, cu menţiunea că în acest caz stimulul nu depinde de contextul în care se află. Pentru o mai bună distincţie, urmăriţi exemplele oferite în continuare.

McArthur şi Post (1977) a relevat faptul că un stimul salient va fi perceput ca având un impact cauzal mult mai mare decât unul ne-salient şi, ca urmare, va influenţa mai mult judecata observatorului. Pentru a ilustra acest fapt, ei au manipulat într-un experiment proprietatea de a fi salient a unor persoane angajate într-o discuţie. *Salience*-ul a fost manipulat plasând o sursă de lumină ce lumina mai mult pe unul dintre cei doi parteneri angajaţi într-o discuţie. Subiecţii urmăreau discuţia dintre două persoane, înregistrată pe o casetă video, cu instrucţiunea de a-şi forma o impresie despre acele persoane. Astfel, deşi au urmărit de fapt acelaşi dialog, jumătate dintre subiecţi au văzut una dintre persoane mai luminată, iar cealaltă jumătate – cealaltă persoană mai luminată. După ce au vizionat caseta, subiecţii au fost rugaţi să facă atribuiri ale diverselor comportamente apărute pe parcursul conversaţiei (de exemplu, de câte ori a avut persoana A iniţiativa în cursul dialogului). Indiferent de conţinutul discuţiei, subiecţii au avut tendinţa să exagereze rolul cauzal al ţintei salient (cea care a fost mai luminată în timpul conversaţiei). Acest rezultat arată nu numai că *salience*-ul influenţează atenţia observatorului, ci şi atribuirile pe care acesta le face despre ţinta socială. Fenomenul poate fi explicat prin aceea că memoria observatorului a fost mai bună pentru stimulul salient decât pentru celălalt. Deci este de presupus fie că a avut loc o codificare mai bună a stimulului salient, fie că reamintirea a fost influenţată mai mult de această caracteristică. Important este faptul că aceste diferenţe de atenţie şi memorie au condus în cele din urmă la distorsionarea rolului cauzal pe care l-a jucat stimulul salient, în sensul perceperii crescute a acestuia.

În cazurile în care observatorul are expectanţe anterioare despre o anume ţintă socială (de exemplu, expectanţe bazate pe apartenenţa la un anume grup social), *salience*-ul determină creşterea extremităţii judecăţii în direcţia expectanţei anterioare. Spre exemplu, dacă ne aşteptăm ca o persoană să se comporte extravertit, impresia noastră despre extraversiunea persoanei respective va fi mult mai accentuată (adică o vom percepe şi mai extravertită decât în realitate) dacă acea persoană este salient, decât dacă nu este.

Vividness-ul este o proprietate a stimulului asemănătoare cu *salience*-ul. Ceea ce au în comun cele două proprietăţi este că ambele atrag atenţia – dar *vividness*, spre deosebire de *salience*, nu depinde de contextul în care se află stimulul social. Un stimul vivid este un stimul concret, uşor de imaginat, ce provoacă emoţii celui care îl observă şi care este apropiat în spaţiu şi timp. Spre exemplu, imaginaţi-vă două spoturi publicitare pentru emisiunea „World Vision", care urmăreşte colectarea de donaţii pentru persoanele defavorizate de pe glob. Unul dintre spoturi este realizat prin prezentarea de statistici ale OMS privind răspândirea sărăciei şi foamei în lume. Celălalt spot să presupunem că prezintă telespectatorilor imagini cu un copil malnutrit, care trebuie să meargă zilnic câţiva kilometri ca să aducă apă pentru familia sa. Acest al doilea spot publicitar este un stimul vivid, pentru că iese în evidenţă în orice context (un copil slab şi malnutrit va impresiona în egală măsură şi dacă este prezentat într-un grup cu alţi copii bine dezvoltaţi, şi dacă este prezentat într-un grup cu alţi copii similari), este încărcat de emoţii şi oamenii pot uşor să-şi imagineze greutatea vieţii zilnice a unui asemenea copil, iar proximitatea este realizată prin faptul că mass-media aduce un astfel de eveniment în casa telespectatorului. Modul exact în care *vividness*-ul influențează procesarea informației sociale și comportamentul ulterior al indivizilor nu este precis cunoscut, datorită imposibilității metodologice de a măsura exact cantitatea de informații. Spre exemplu, nu putem fi siguri că exact aceeași cantitate de informație se găsește atât în spotul ce prezintă statistici, cât și în cel ce prezintă imagini cu copilul subnutrit. De aceea, psihologii nu pot preciza dacă *vividness*-ul afectează de fapt comportamentul (în exemplele noastre, dacă telespectatorii vor dona mai mulți bani).

2.2.3. *Categorizarea*

În afară de caracteristicile obiective ale stimulului și de proprietățile acestuia (*salience* și *vividness*), atenția observatorului mai poate fi influențată de cunoștințele anterioare sau de schemele sale. Schema se referă la o structură organizată de cunoștințe despre un anume concept. Aceste structuri organizate de cunoștințe provin din experiența pe care observatorul o are din contactul cu stimulul la care se referă conceptul și, ca urmare, nu includ numai caracteristicile stimulului, ci și modul în care acestea relaționează unele cu altele. Schemele ajută la direcționarea atenției și comportamentului, precum și la interpretarea evenimentelor sociale. Spre deosebire de stimulii fizici, stimulii și evenimentele sociale nu au doar un singur înțeles, iar acesta nu este întotdeauna precis. Spre exemplu, atunci când observăm un bărbat stând în parc, pe o bancă, în mijlocul zilei, înțelesul furnizat de această observație depinde de schema astfel activată. Dacă a fost activată schema (sau categoria socială) „om de afaceri", observatorul poate să creadă că bărbatul respectiv savurează câteva momente dintr-o zi de odihnă. Dar interpretarea va fi cu totul diferită dacă este activată schema „șomer". Atunci bărbatul respectiv poate să pară observatorului că își trage sufletul după încă o zi în care și-a căutat un loc de muncă.

Însă înainte ca schema să fie aplicată unui anume stimul, trebuie să aibă loc procesul de categorizare. Categoriile nu trebuie să se confunde cu schemele, deși de multe ori cei doi termeni par interschimbabili. Ele sunt mai puțin abstracte și joacă un rol mai puțin activ în procesarea informațiilor sociale decât schemele. Categorizarea rezultă din necesitatea de a impune structuri lumii sociale în care trăim. Dacă oamenii ar trata fiecare stimul ca și cum ar fi nou, atunci procesarea informațiilor sociale ar fi foarte costisitoare și ineficientă. Categoriile permit celui care observă să acceseze informații ce nu sunt dezvăluite imediat de stimul și să activeze schemele necesare procesării ulterioare a informației. Să presupunem că întâlniți un animal pe care nu l-ați mai văzut înainte. Cum procedați, ce informații procesați pentru a stabili cum trebuie să vă comportați față de el? Probabil că mai întâi veți dori să clasificați animalul folosind una dintre categoriile pe care le aveți la îndemână. Poate că animalul seamănă cu o pisică uriașă, ceea ce vă conduce la concluzia că poate avea dinți ascuțiți și gheare, exact ca și felinele. Deci comportamentul dumneavoastră ar trebui să fie unul de evitare, întrucât schema activată de categoria „felină" implică și informația că acestea pot fi periculoase pentru om.

Categorizarea socială este însă diferită de categorizarea stimulilor non-sociali. În timp ce perspectiva clasică asupra categorizării susţine că apartenenţa la o categorie este determinată de caracteristicile necesare şi suficiente pe care le posedă un anume obiect, această perspectivă rigidă asupra categorizării cu greu poate fi impusă lumii sociale, unde graniţele dintre elementele sale nu sunt clare sau bine definite (Rosch, 1975). Unde se termină un zâmbet şi unde începe râsul? Categoriile sociale se suprapun adesea şi au la bază prototipul sau exemplarele. Astfel, abordarea tipică a categorizării sociale pretinde că o categorie este reprezentată de un membru ideal al acesteia (pentru o trecere în revistă, vezi Cantor şi Mischel, 1979). Acest membru ideal poate nici să nu existe în lumea reală, însă el conţine toate caracteristicile tipice membrilor unei categorii. Categoria de persoană extravertită poate fi reprezentată, de exemplu, de o persoană cu o înfăţişare relativ comună, căreia îi place să spună glume la petreceri, nu stă mult timp liniştit şi „vorbeşte" foarte mult cu mâinile sale. Aceasta este abordarea prototipică a categorizării. Ea poate fi contrastată cu abordarea bazată pe exemplar, în care categoriile sunt reprezentate de elementul lor cel mai reprezentativ, deci de un exemplar. Categoria de pasăre, spre exemplu, poate fi reprezentată de porumbei, canari sau vrăbiuţe şi nu de găini sau struţi (Rosch, 1975).

Apartenenţa unui stimul la o anumită categorie se face pe baza determinării asemănării familiale. Aceasta înseamnă că un stimul e considerat a fi membru al unei categorii dacă o parte din atributele sale se potrivesc sau seamănă bine cu cele ale unui membru tipic al acelei categorii (Rosch, 1978). Abordarea prototipică a categorizării presupune că stabilirea sau categorizarea asemănării familiale se face prin compararea stimulului cu un prototip care poate nici să nu existe în realitate şi care este de fapt un exemplar al categoriei ce posedă caracteristicile cel mai des întâlnite în rândul membrilor categoriei. De pildă, un exemplar ideal al categoriei de pasăre poate să arate puţin ca un porumbel, puţin ca o vrăbiuţă, dar niciodată ca un struţ. Apartenenţa la categorie este determinată de asemănarea stimulului cu acest exemplar ideal. A doua abordare, cea bazată pe exemplar, pretinde că stabilirea apartenenţei la o anume categorie se bazează pe compararea stimulului cu un exemplar concret al categoriei, considerat a fi cel mai reprezentativ. Astfel, atunci când vom categoriza o pasăre, de fapt vom compara această pasăre cu imaginea (categoria sau exemplarul) tipică pe care o avem în memorie şi care poate să fie un porumbel sau o vrăbiuţă, exemplare ce există în realitate. Procesul de identificare a apartenenţei categoriale va decurge la fel cum stabilim asemănarea dintre membrii unei familii. Membrii unei familii se aseamănă între ei în diferite moduri: fiica poate avea părul de aceeaşi culoare ca şi al tatălui şi nasul mamei sale, iar băiatul poate să fie mic de statură ca şi mama sa, dar să aibă vocea groasă a tatălui.

O dată ce un stimul este categorizat, se pot activa schemele. Schema ajută la procesarea informaţiei prin direcţionarea ulterioară a atenţiei către informaţiile concordante cu schema, ceea ce determină nu numai o mai bună memorare a comportamentelor consistente cu schema, dar permite observatorului să „vadă dincolo" de informaţia oferită de comportamentul celui observat. Schema mai ajută la simplificarea informaţiei sociale prin direcţionarea atenţiei observatorului către informaţiile consistente cu schema. Deşi schemele uşurează procesarea informaţiei sociale, ele contribuie şi la îmbogăţirea ei prin faptul că leagă informaţia observată de cea provenită din experienţa anterioară.

Conceptul de schemă îşi are originea în ideea de „construcţie activă a realităţii". Oamenii adaugă un înţeles fiecărui stimul social din realitatea înconjurătoare. Chiar dacă aparent oamenii simt că percep înţelesul unui stimul social chiar în momentul obiectiv al perceperii acestuia, în realitate, aceste înţelesuri sunt construite cu ajutorul schemelor o dată ce o „copie" internă a stimulilor externi a fost stocată sau activată din memorie.

Există diferite tipuri de structuri organizate de cunoştinţe – scheme – pe care oamenii le pot utiliza în procesarea informaţiilor sociale. Astfel, oamenii pot avea scheme despre indivizi anume (scheme-persoană), grupuri de persoane (scheme de grup) sau scheme (scheme-rol sau scenarii) despre ocupaţii sau roluri sociale în anumite situaţii. Schemele-persoană sunt de obicei abstracţii formate din cunoştinţele achiziţionate în timpul experienţei personale cu un individ anume, cum ar fi „cel mai bun prieten" sau „fratele". Aceste cunoştinţe, generalizate pe baza experienţei anterioare, permit predicţii privind modul în care acea persoană va reacţiona în diverse situaţii (de exemplu, dacă prietenului nostru cel mai bun îi va plăcea un anume tip de pictură sau fel de mâncare). Schemele de grup sintetizează cunoştinţele noastre despre un anume grup sau tip de individ, cum ar fi „extravertiţii". Aceste scheme includ cunoştinţe privind trăsăturile şi comportamentele tipice ale acestui tip de persoană (de exemplu, că extravertiţii vorbesc mult sau că ei caută compania altor persoane). Schemele de rol sau scenariile privesc informaţiile despre comportamentele pe care le considerăm potrivite unei anumite situaţii sau unui anumit rol social (de exemplu, comportamentul tipic al doctorului la o consultaţie sau al chelnerului la un restaurant).

Consecinţele schemelor în ceea ce priveşte procesarea informaţiilor sunt multiple. De pildă, dacă un observator a clasificat un actor drept „profesor", atunci schema activată cu această ocazie va determina observatorul să acorde o atenţie deosebită anumitor caracteristici ale respectivei persoane, cum ar fi : inteligenţa, înţelepciunea, atenţia, şi va ignora alte caracteristici, ca tonul vocii sau culoarea părului. Drept urmare, o tăcere în timpul conversaţiei poate fi interpretată ca o pauză pentru a gândi sau reflecta mai profund la ceea ce trebuie spus. În consecinţă, reamintirea întâlnirii cu acel profesor va fi dominată de reamintirea lucrurilor inteligente sau înţelepte pe care le-a spus şi mai puţin a faptului că avea o voce răguşită sau părul pieptănat într-o parte.

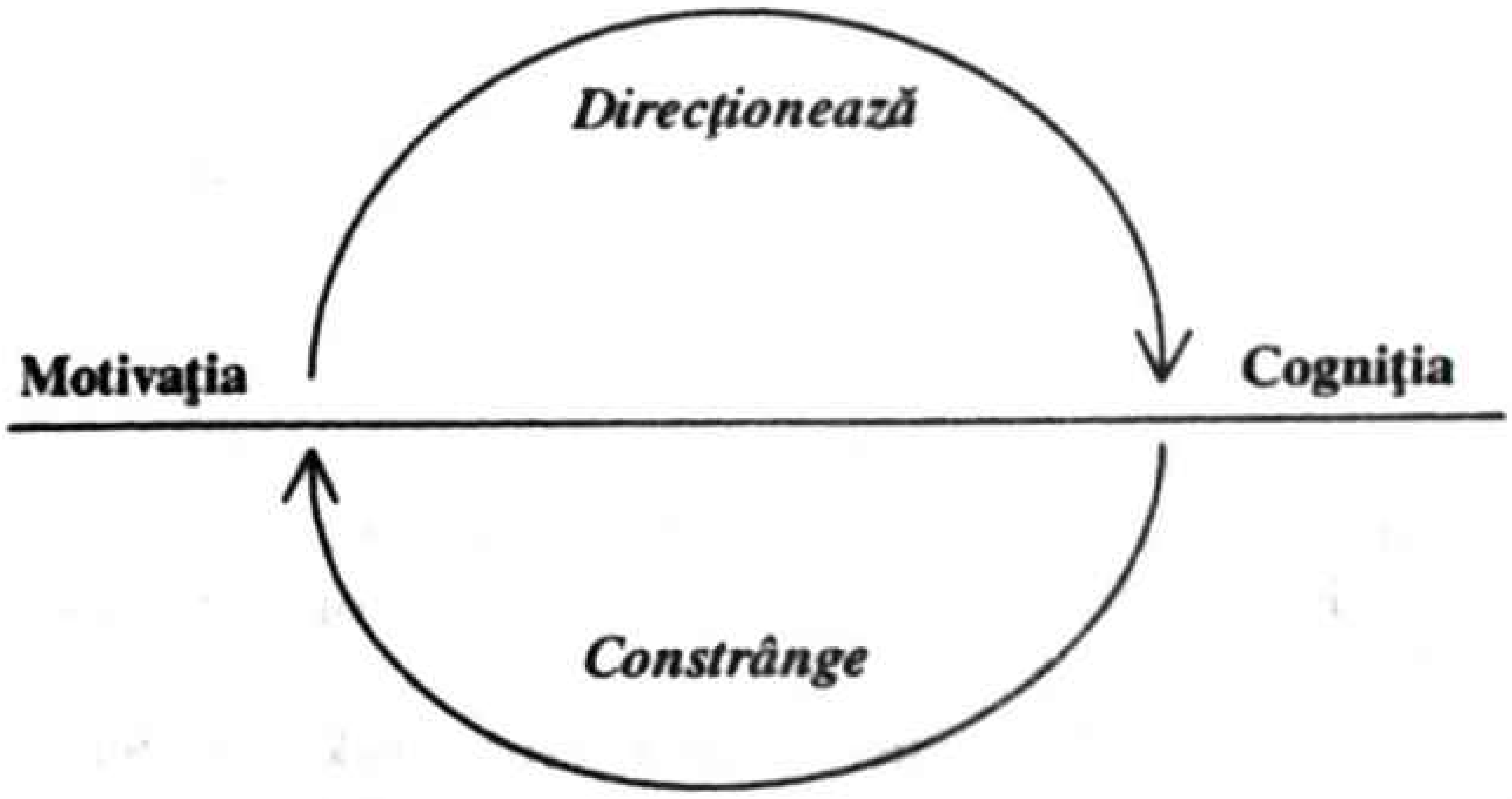
Pe scurt, orice stimul (*e.g.* persoană) este categorizat (de exemplu, femeie, student, intelectual) şi o schemă este activată. Apoi pot să urmeze inferenţe despre alte caracteristici ale persoanei pe baza schemei activate, care intervin în interpretarea comportamentelor persoanei respective. Astfel, atenţia celui care percepe va fi „filtrată" de schema activată. Atât datele brute (comportamentele observate), cât şi interpretările subiective ale acestora sunt stocate în memorie, aşa încât, după un timp, observatorul nu va mai şti ce anume s-a observat în realitate şi ce anume provine din interpretarea sa. Din această cauză, pentru observaţia ştiinţifică se recomandă înregistrarea observaţiei în momentul producerii ei şi se interzice a se face interpretări. Această problemă a discriminării faptelor observate real şi a interpretărilor acestora constituie obiectul de studiu al cercetărilor din domeniul „monitorizării realității" (Johnson, 1991). Atunci când oamenii nu mai pot distinge între interpretările lor și comportamentele observate în mod obiectiv, ei pot avea o încredere nejustificat de mare în propriile impresii, deci pot comite erori.

3. Ce este dincolo de cogniție ?

Încă de la începutul dezvoltării cogniției sociale ca știință, teza principală a teoriilor era că motivația influențează celelalte procese psihice, dar fără a preciza care erau procesele prin care se realiza această influență.

În perioada imediat următoare, psihologii sociali au trecut în extrema cealaltă (perioadă numită a primatului cognitiv). Astfel, acum se consideră că există trei sisteme psihice (cognitiv, afectiv, motivațional), dar explicațiile care se dau fenomenelor psihice sunt toate de natură cognitivă din cauza așa-numitei „legi a simplității" (*dacă un fenomen poate fi explicat în mai multe feluri, cel mai recomandabil este să se folosească explicația cea mai simplă*). În acest caz, explicațiile cele mai simple, deci mai adecvate, erau cele de ordin cognitiv.

În anii '80, psihologii au început să reconsidere importanța motivației în afectarea proceselor psihice, păstrând în continuare o abordare cognitivistă (vezi, de exemplu, teoria eurilor posibile, care sunt exprimarea motivației). Astfel, se consideră că procesele psihice sunt în general circulare, așa cum sunt redate în schema de mai jos:



Conform acestei noi abordări, între motivație și cogniție există mereu o interacțiune în sensul în care motivația direcționează procesele cognitive (de pildă, reținem mai bine ceea ce ne interesează), iar la rându-i, cogniția constrânge motivația (de exemplu, multe dintre interesele noastre provin din educație, se formează pe baza informațiilor pe care le avem la îndemână).

Concentrarea asupra cogniției pe seama excluderii motivației a scăzut în ultimii ani (Higgins și Sorrentino, 1986). Motivația a început să fie considerată, în mod intuitiv, a fi centrală comportamentului social. O dată cu creșterea situațiilor ce presupun implicarea personală în experimente, rolul motivației a devenit tot mai dificil de ignorat. Dacă rolul motivației poate să nu fie clar atunci când oamenii fac judecăți despre fenomene ce nu-i privesc personal, el este esențial atunci când judecăţile pot avea consecinţe personale pentru acei oameni. Cele mai recente abordări integrează factorii motivaţionali şi cognitivi pentru a explica judecăţile şi inferenţele sociale. Spre deosebire de studiile mai vechi, preocupate mai mult să arate producerea erorilor şi tendinţelor prin implicarea mecanismelor motivaţionale, noua abordare de sinteză examinează cum pot motivele să direcţioneze procesarea cognitivă astfel încât aceasta să fie consistentă cu motivaţia. De aceea, sistemul cognitiv este vehiculul sau aparatul prin care se realizează motivaţia (Kunda şi Sanitioso, 1989).

Rolul schimbător al motivaţiei reflectă dezvoltarea psihologiei sociale ca o arie de investigare a comportamentului social. Teoriile iniţiale accentuau rolul primar al motivaţiei în determinarea comportamentului social. Ca un contracurent al acestor teorii, au apărut altele ce pun accentul pe cogniţie în defavoarea motivaţiei. Fiecare dintre aceste două abordări este stimulată de cercetări şi susţinută de rezultate empirice (experimentale) masive. În ciuda cunoştinţelor acumulate de pe urma acestor abordări, fiecare dintre ele luată separat poate prezenta o imagine incompletă a modului în care se comportă, trăiesc şi gândesc creaturile umane. Abordarea integraţionistă încearcă să combine pe deplin diferitele sisteme psihologice ale motivaţiei, emoţiei şi cogniţiilor în cadrul unui sistem interactiv în determinarea comportamentului.

Bibliografie

Allport, G.W. (ed.) (1954). *The Nature of Prejudice*. Cambridge: Addison-Wesley.

Cantor, N.; Mischel, W. (1979). *Advances in Experimental Social Psychology*, 12, 4-47.

Devine, P.G. (1991). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5-18.

Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Disonance*. Stanford: Stanford University Press.

Fiske, S.T.; Taylor, S.E. (1991). *Social Cognition* (ed. a II-a). New York: McGraw-Hill.

Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: Wiley.

Kunda, Z.; Sanitioso, R.B. Motivated changes in the self-concept. *Journal of Experimental Social Psychology*, 25, 272-285.

Lewin, K. (1951). *Field Theory in Social Science*. New York: Harper.

Leyens J.-P.; Dardenne, B. (1996). Basic concept and approaches in social cognition. În M. Hewstone, W. Stroebe şi G. Stephenson (eds.). *Introduction to Social Psychology*. Cambridge: Blackwell.

McArthur, L.Z.; Post, D.L. (1977). Figural emphasis and person perception. *Journal of Experimental Psychology*, 13, 520-535.

Neisser, U. (1976). *Cognition and Reality*. San Francisco: W.H. Freeman.

Nisbett, R.E.; Ross, L. (1980). *Human Inference: Strategies and Shortcommings of Social Judgements*. New York: Prentice Hall.

Rosch, E. (1978). Principles of categorization. În E. Rosch, B.B. Lloyd (eds.). *Cognition and Categorization*, New York: Hillsdale.

Sorentino, R.M.; Higgins, E.T. (1986). *Handbook of Motivation and Cognition: Foundation of Social Behavior*. New York: Guilford.

Atribuirea

Cătălin Dîrțu

PREFAȚĂ

În acest capitol urmărim o trecere în revistă a principalelor teorii psihologice interesate de surprinderea mecanismelor prin care omul obişnuit face atribuiri cauzale. Deoarece aceste mecanisme sunt departe de a se suprapune perfect mecanismelor logice, după prezentarea celor trei teorii devenite clasice sunt prezentate două dintre cele mai importante erori de atribuire. În final sunt schițate câteva din direcțiile de cercetare actuale asupra cărora au avut o influență directă teoriile atribuirii.

Într-o zi însorită de vară, micuțul Teo în vârstă de trei ani stă pe malul unui pârâiaş, privind la apa în care razele soarelui se reflectă cu generozitate. Cu o expresie de fascinație pe chip, copilul strigă: „Tati, vino şi tu să vezi ce *bucuroasă* curge apa aceasta!". Bineînțeles că adulții din preajmă nu pot face altceva decât să se amuze copios de naivitatea băiețelului. Mai mult, un psiholog aflat prin preajmă le va explica doct că, la această vârstă, copiii atribuie suflet tuturor lucrurilor – cu alte cuvinte, sunt animişti.

Dar să-l lăsăm acum pe Mihai, un tânăr student pasionat de alpinism, să-i descrie Ancuței cum a decurs excursia lui la munte, în masivul Făgăraş. El se plânge că nu a putut traversa Custura Sărății, o creastă dificilă, din cauză că vremea a fost *capricioasă*, că vântul a bătut continuu *cu duşmănie* şi ploaia l-a udat *fără milă*. Acum, spune el, vrea să plece pentru câteva zile la mare, că-i este dor de razele *blânde* ale soarelui şi de *mângâierea* valurilor. În esență, limbajul utilizat de Mihai nu diferă prea mult de cel folosit de Teo, cu excepția faptului că, în cazul adulților, un astfel de limbaj animist apare ca normal şi, în consecință, nu amuză pe nimeni.

În 1999, o echipă de fotbal „candidată" sigură la retrogradare, Foresta Fălticeni, a învins în deplasare cu un scor zdrobitor, 5-2, pe lidera campionatului, Dinamo Bucureşti. Antrenorul celor învinşi a acuzat grave erori de arbitraj, antrenorul oaspeților a susținut că victoria se datorează calităților fizice ale jucătorilor şi pregătirii tehnico-tactice a meciului, jucătorii învinşi au dat vina pe oboseală, în timp ce jucătorii oaspeți au afirmat că „au fost pe val", adică au prins o zi norocoasă în care le-a ieşit tot ce şi-au propus.

În exemplele de mai sus, fiinţa umană se dovedeşte a nu fi nici pe departe un receptor pasiv al informaţiilor provenind de la situaţii şi de la comportamentele celor din jur. Dimpotrivă, ea se dovedeşte a fi deosebit de activă, construindu-şi propriile explicaţii, încercând să treacă dincolo de suprafaţa evenimentelor, atribuindu-le cauze.

1. Introducere în problematica teoriilor atribuirii

Trei dintre principalele **teorii ale atribuirii** au apărut încă de timpuriu. Interesul pentru acest domeniu a luat naştere în contextul psihologiei de orientare gestaltistă. Este ştiut faptul că psihologii gestaltişti au cercetat cu precădere fenomenul percepţiei, accentuând caracterul complex al acestui proces. De la studierea modalităţilor prin care omul structurează câmpul perceptiv s-a putut realiza apoi o trecere uşoară spre studierea fenomenului de percepţie a persoanei.

Pentru a explica modul în care omul obişnuit interpretează comportamentul social al unei persoane, trebuiau descoperite regularităţile, legile care guvernează acest proces. După cum vom vedea mai departe, psihologii atribuirii nu s-au limitat doar la descoperirea şi descrierea acestor legi, ci au încercat să explice şi modul în care ele interacţionează. Ei au privit, de cele mai multe ori, fenomenul atribuirii în contextul mai larg al concepţiei omului obişnuit despre psihic. De aceea, o notă comună a teoriilor atribuirii va fi ipoteza că există cadre clare ce definesc o adevărată psihologie a simţului comun, cu ajutorul căreia omul obişnuit înţelege şi dă sens realităţii psihice. În esenţă, susţin cercetătorii procesului de atribuire, aceste cadre de înţelegere a realităţii psihice, acest simţ comun psihologic al omului obişnuit nu este diferit de modalităţile de înţelegere ale omului de ştiinţă.

1.1. Teoria lui Heider

Încă din 1958, psihologul de orientare gestaltistă Fritz Heider atrăgea atenţia asupra faptului că, pentru omul obişnuit, lumea trebuie să aibă sens, adică să fie percepută ca fiind stabilă, predictibilă şi, prin aceasta, controlabilă. Pentru Heider, persoana umană este cea mai complexă realitate. Ea nu este un simplu obiect deoarece nu are doar însuşiri fizice şi spaţiale, ci şi însuşiri psihice complexe. Fiind cea mai complexă existenţă, nici ea, nici actele ei nu pot fi percepute în mod direct fără înţelegerea medierii realizate de psihic. Atât de importantă este înţelegerea acţiunilor realizate de oameni, încât Heider nu se fereşte să susţină că, în mod inconştient, tindem să antropomorfizăm şi lumea obiectelor neînsufleţite.

Faptul că înţelegerea multor fenomene cu cauză naturală este influenţată de procesul de percepţie a persoanei a fost scos în evidenţă, în mod simplu şi elegant, într-un studiu mai rar citat al lui Heider şi Simmel din 1944. În acest studiu, subiecţii au vizionat de două ori un scurt film de două minute şi jumătate, film în care trei figuri geometrice evoluau în interiorul şi în afara unui dreptunghi prevăzut cu un segment mobil care putea fi deschis sau închis ca o uşă. Rugaţi să interpreteze cele văzute, subiecţii, chiar şi cei cărora nu li s-a indicat în mod expres să interpreteze mişcările figurilor ca şi cum ar fi acţiuni ale unor persoane, interpretează totuşi acele mişcări ca fiind ale unor fiinţe vii (persoane sau, în două cazuri, păsări).

Autorii au concluzionat că interpretarea spontană a mişcărilor celor trei figuri geometrice în termeni specifici doar acţiunilor umane relevă tendinţa naturală a omului obişnuit de a exagera rolul factorilor personali în dinamica unor situaţii în care persoanele sunt absente. Interesant este că autorii înşişi au fost nevoiţi să utilizeze în descrierea filmului câţiva termeni antropomorfi, justificând (în finalul studiului) folosirea acestor termeni ca pe o necesitate.

Este de înţeles acum de ce interesul lui Heider s-a focalizat pe înţelegerea modului în care omul obişnuit atribuie cauze acţiunilor în condiţiile în care persoana s-a dovedit a fi cel mai important actor care, chiar şi în absenţa ei, restructurează câmpul perceptiv al observatorului. Astfel, revenind la primele două exemple prezentate mai sus, cazul micuţului Teo pentru care apa curgea *bucuroasă* şi cazul lui Mihai supărat pe vremea *capricioasă* nu ne mai apar ca fiind excepţii de la regulă sau cazuri singulare.

Din păcate, în cea mai importantă lucrare a lui, *The Psychology of Interpersonal Relations* (1958), Heider nu a reuşit să-şi prezinte ideile sub forma sistematizată a unei teorii. În ciuda acestei limite, lucrarea a rămas totuşi cel mai important punct de referinţă pentru cercetătorii interesaţi de fenomenul atribuirii care i-au succedat lui Heider. Principalele idei care au făcut din Heider un deschizător de drumuri în domeniul atribuirii sunt :

- evidenţierea tendinţei naturale a omului obişnuit de a judeca acţiunile celorlalţi ca având drept cauze *dispoziţii* stabile precum atitudinile şi trăsăturile de personalitate ;
- postularea existenţei unui corp de legi ale atribuirii care dau substanţă unui *simţ comun psihologic* cu ajutorul căruia omul obişnuit încearcă să interpreteze şi să dea sens lumii ;
- realizarea unei distincţii clare între cauzele personale şi cele situaţionale, cu sublinierea că întotdeauna cauzele situaţionale sunt subestimate de către observator, în dauna cauzelor personale ;
- sesizarea intervenţiei în procesul atribuirii a aspectului intenţional care face ca omul obişnuit să infereze mult mai rapid existenţa unor dispoziţii personale stabile atunci când intenţia este prezentă, decât atunci când aceasta este absentă ;
- presupunerea că omul obişnuit prelucrează informaţiile cauzale utilizând principiul covariaţiei, o metodă apropiată de ceea ce J.S. Mill a numit „metoda diferenţei”.

Toate aceste idei stau la baza dezvoltării ulterioare a teoriei atribuirii şi pot fi regăsite uşor în construcţia celor trei teorii majore care i-au urmat. Pe baza acestor fecunde intuiţii, Heider a fost recunoscut ca fondator al teoriei moderne a atribuirii.

1.2. Teoria inferenţei corespondente a lui Jones şi Davis

Prima teorie în care fenomenul atribuirii este tratat sistematic este cea dezvoltată de Jones şi Davis începând cu anul 1965. Ca şi Heider, Jones şi Davis apreciază că omul obişnuit explică acţiunile semenilor săi prin atribuirea unor dispoziţii stabile, dar consideră că procesul de inferare a caracteristicilor personale ce stau la baza acţiunii este unul mult mai complex. Dacă scopul care-l ghidează pe un observator în înţelegerea unui comportament este realizarea unei corespondenţe între actul observabil şi dispoziţia stabilă ce se presupune că a determinat realizarea acelui act, Jones şi Davis cred că scopul unui cercetător în domeniul atribuirii este acela de a descoperi mecanismul psihologic prin care se realizează această corespondenţă.

Analiza comportamentului celorlalţi porneşte în primul rând de la surprinderea intenţiei cu care s-a realizat acţiunea. Potrivit lui Jones şi Davis, de la dispoziţiile personale se trece prin intenţii şi de la intenţii se ajunge la acţiune. Fără luarea în calcul a intenţiei, care joacă rolul termenului mediu între dispoziţii care sunt cauze şi acte care sunt efecte, actul atribuirii nu poate fi înţeles. Îndeosebi cunoaşterea gradului de libertate de care a dispus actorul în alegerea unui comportament se dovedeşte a fi deosebit de informant.

Experimentul clasic elaborat de cei doi autori este acela în care subiecţilor li s-a dat să citească eseuri pro şi contra lui Fidel Castro, liderul comunist al Cubei. Unor subiecţi li s-a spus că studenţilor care au redactat aceste eseuri li s-a permis să decidă singuri ce poziţie să aleagă faţă de Castro, în timp ce altor subiecţi li s-a spus că autorilor eseurilor le-a fost impusă poziţia pro sau contra de către un profesor. Subiecţii au fost apoi rugaţi să evalueze adevărata atitudine a celor care au scris eseurile – aşa cum au presupus experimentatorii, ei au fost mult mai înclinaţi să realizeze o corespondenţă între comportament (eseu) şi atitudinea reală (dispoziţie) atunci când au fost informaţi că autorii eseurilor au ales în mod liber, decât atunci când li s-a spus că atitudinea le-a fost impusă din afară. Tot pentru a realiza o corespondenţă între act şi dispoziţie observatorul trebuie să presupună că alegerea liberă a actorului este însoţită de cunoaşterea de către acesta din urmă a consecinţelor actelor lui.

Puterea inferenţei corespondente mai este influenţată de o altă condiţie importantă, şi anume adaptarea şi dezirabilitatea socială a comportamentului evaluat. Comportamentele surprinzătoare, neadaptate sau indezirabile din punct de vedere social se dovedesc a fi mult mai informante şi declanşează mai uşor mecanismul inferenţei corespondente decât acele acte care se potrivesc cu contextul social. Vom tinde, spre exemplu, să etichetăm foarte uşor un om ca fiind *necinstit* chiar dacă avem o singură informaţie că a furat, în timp ce avem nevoie de mai multe informaţii pe o durată mai mare de timp pentru a fi siguri că o persoană este *cinstită*. Explicaţia că un singur act (furtul) este decisiv în inferarea corespondenţei dintre act şi dispoziţia stabilă constă în aceea că actul are consecinţe neobişnuite (de cele mai multe ori se ajunge la închisoare) şi este întâlnit relativ rar, ca o excepţie şocantă faţă de comportamentul normal. Astfel, „principiul efectului neobişnuit” postulează că un comportament este cu atât mai informant cu cât contrazice mai mult aşteptările noastre.

Criticii au reproşat teoriei lui Jones şi Davis faptul că este limitată doar la explicarea acţiunilor sau comportamentelor intenţionate, care presupun alegere conştientă, şi că neglijează explicarea fenomenului atribuirii în cazul comportamentelor neintenţionate, spontane, comportamente cel puţin la fel de des întâlnite ca şi cele intenţionate. De asemenea, o altă critică pertinentă a teoriei inferenţei corespondente a vizat exagerarea diferenţei dintre comportamentele dezirabile şi cele indezirabile în realizarea atribuirii. Studii ulterioare au arătat că actele neobişnuite, care contrazic aşteptările noastre, nu sunt neapărat mai informative decât acele acte care, prin repetare, ne confirmă un stereotip. În pofida acestor limite, teoria lui Jones şi Davis rămâne prima încercare sistematică de abordare a procesului atribuirii, având o contribuţie importantă îndeosebi în stimularea cercetărilor asupra erorilor de atribuire la care vom face referire într-o secţiune ulterioară.

✓

1.3. Modelul covarianţei al lui H.H. Kelley

3.6

Teoria dezvoltată de Kelley porneşte de la câteva presupoziţii importante enunţate încă de Heider. Cea mai generală dintre ele consideră că scopurile omului obişnuit, atunci când acesta îşi propune să înţeleagă comportamentul celorlalţi, sunt identice cu ale omului de ştiinţă. Cu alte cuvinte, pentru a realiza procesul de înţelegere, omul obişnuit depune un efort de separare a efectului de cauza care l-a produs şi de atribuire a acelui efect unui factor sau complex de factori cauzali.

Legat de prima presupoziţie, Kelley va afirma că omul obişnuit se aseamănă cu omul de ştiinţă nu numai la nivelul intenţiilor sau scopurilor în cunoaştere, ci şi la nivelul metodei de cunoaştere. Ca şi Heider, Kelley consideră că omul obişnuit utilizează o variantă naivă a modelului analizei de varianţă (ANOVA), metodă statistică cu ajutorul căreia omul de ştiinţă observă sistematic schimbările pe care variabilele independente (cauze) le produc în variabilele dependente (efecte). Astfel, omul obişnuit dezvoltă un proces de analiză cauzală asemănătoare celei realizate prin metodele experimentale.

Dar forma şi cursul pe care le poate lua procesul de atribuire depind mult de cantitatea de informaţie deţinută de observator. Există, crede Kelley, două cazuri diferite care depind de această condiţie. Într-un prim caz, observatorul poate avea acces la informaţie provenind din diverse surse şi din multiple observaţii, iar acest caz este cel mai potrivit pentru aplicarea „principiului covarianţei" şi atribuirea de dispoziţii stabile unor persoane. Într-un al doilea caz însă, observatorul poate să nu dispună decât de informaţia provenită de la o singură observaţie, informaţie mult mai lacunară, caz în care este nevoit să facă doar o analiză simplă a configuraţiei factorilor care ar putea fi cauze ale efectului observat.

Dacă informaţia provine din observaţii repetate, atunci observatorul va grupa informaţiile în trei categorii importante : informaţie consensuală, informaţie distinctivă şi informaţie consistentă. *Informaţia consensuală* provine de la comportamentul unor persoane diferite aflate în aceeaşi situaţie, sub influenţa aceluiaşi stimul. *Informaţia distinctivă* priveşte comportamentul unei aceleiaşi persoane în condiţiile acţiunii unor stimuli diferiţi, iar *informaţia consistentă* dă seama de comportamentul unei persoane în prezenţa unui singur stimul, dar de-a lungul timpului, în situaţii diferite.

Conjugarea acestor trei tipuri distincte de informaţii, crede Kelley, îl conduce cu siguranţă pe observator la atribuirea de dispoziţii stabile. Spre exemplu, dacă avem informaţia că într-o discuţie dintre mai multe persoane numai Marcel s-a înfuriat când a fost contrazis de Maria (consens scăzut), că el s-a înfuriat apoi şi când alţi membri ai grupului au susţinut părerea Mariei (distinctivitate scăzută) şi, nu în ultimul rând, dacă avem informaţia că Marcel, în trecut, în mai toate situaţiile similare, a reacţionat la contrazicere înfuriindu-se (consistenţă ridicată), putem atribui comportamentul lui Marcel unei dispoziţii stabile a personalităţii lui (orgoliu, nervozitate, iritabilitate etc.). În aceeaşi manieră, putem atribui comportamentul lui Marcel unor cauze externe, situaţionale, în condiţiile unei alte structurări a celor trei tipuri de informaţii.

Dar nu întotdeauna deţinem informaţii atât de amănunţite despre o persoană. Cel mai adesea trebuie să inferăm cauze ale comportamentului celorlalţi pornind de la o singură observaţie, de la informaţie lacunară. În acest caz, mecanismul atribuirii suferă schimbări radicale, el realizându-se prin ceea ce Kelley a numit *„scheme cauzale”*. Schemele cauzale joacă rolul unor concepţii generale despre relaţiile cauză-efect. Ele sunt credinţe sau chiar prejudecăţi provenind din experienţă, despre modul în care unele tipuri de cauze produc prin interacţiune un anume tip de efect. Fiind aplicabile în situaţii multiple, ele au funcţia de a permite unui observator să facă inferenţe cauzale uşor şi rapid, depăşind lacunele informaţionale.

Teoria covarianţei propusă de Kelley nu a scăpat reacţiei prompte a criticilor. Una dintre cele mai pertinente critici a vizat slăbiciunile evidente ale modelului covarianţei chiar şi atunci când acesta este utilizat de omul de ştiinţă. Se ştie că a afla că grupul de elemente (A) apare întotdeauna înaintea grupului de elemente (B) nu este suficient pentru a infera că (A) îl determină pe (B), între cele două grupuri putând exista o altă relaţie decât cea cauzală. De asemenea, cercetări ulterioare au demonstrat că omul obişnuit, deşi pare a utiliza principiul covarianţei, de multe ori este ghidat în procesul de atribuire de principii mult mai puţin sofisticate, cum ar fi principiul similarităţii efectelor sau cel al evidenţei perceptive. În aceste cazuri, omul obişnuit face atribuiri cauzale fie influenţat de simple asemănări, fie de ceea ce „sare în ochi”.

1.4. Teoria multidimensională a lui Wiener

De dată mai recentă (1986), teoria lui Wiener porneşte de la cadrul mai larg al teoriei motivaţiei şi al afectivităţii. În timp ce modelul covarianţei al lui Kelley urmărea modul în care trei tipuri de informaţie conduceau fie la atribuire internă (dispoziţii), fie la atribuire cauzală externă (situaţii), teoria lui Wiener consideră procesul atribuirii ca fiind mult mai complex. În cadrul acestei teorii, distincţia dintre cauzele interne şi cele externe ale comportamentelor reprezintă locul atribuirii şi acesta constituie doar una dintre dimensiunile pe care trebuie cercetat procesul atribuirii.

O dimensiune nouă introdusă de Wiener este stabilitatea/instabilitatea factorilor cauzali, deoarece omul obişnuit nu explică actele comportamentale numai în termenii dispoziţiilor stabile, ci şi în termenii stărilor tranzitorii, pasagere. Alături de această nouă dimensiune, modelul lui Wiener ia în calcul şi caracterul controlabil/incontrolabil al cauzelor comportamentale

Pentru a exemplifica parţial cum se petrec atribuirile în modelul tridimensional al lui Wiener, să ne amintim că la începutul acestui capitol arătam că jucătorii echipei de fotbal care a realizat surpriza de a învinge campioana acasă la ea au considerat că „au fost pe val" – cu alte cuvinte, au prins o zi mare, au avut noroc. O astfel de atribuire cauzală este, după Wiener, externă pe prima dimensiune (norocul nu este o dispoziţie internă), instabilă (norocul este o excepţie, nu o regulă) şi incontrolabilă. Prin contrast, afirmaţia antrenorului că succesul se datorează calităţilor fizice ale jucătorilor lui face referire la o atribuire internă, stabilă şi controlabilă.

2. Erorile de atribuire

Dacă până acum am tratat atribuirea ca pe un proces complex apropiat de logica cercetării ştiinţifice, trebuie să arătăm că logica omului obişnuit este deseori vulnerabilă, astfel încât un capitol important în înţelegerea procesului de atribuire îl constituie tratarea erorilor (bias) de atribuire. Putem vorbi de o eroare de atribuire atunci când observatorul distorsionează în mod sistematic un proces corect de atribuire prin supraestimarea sau subestimarea acţiunii factorilor cauzali reali.

Asupra primei şi celei mai importante erori a atras atenţia Heider, care, aşa cum am văzut şi din experimentul prezentat, a descoperit importanţa de multe ori exagerată care a fost atribuită persoanei ca principală cauză a acţiunii, în dauna cauzelor provenind din situaţie. Dar cea mai elocventă punere în evidenţă a acestei erori au realizat-o Jones şi Davis, în studiul clasic prezentat deja, în care subiecţii au avut de evaluat eseuri pro şi contra lui Fidel Castro. Surpriza cercetătorilor a fost că şi în cazul în care subiecţii ştiau că studenţilor li s-a impus tema, s-a făcut o atribuire internă. Altfel spus, deşi nu au avut drept de alegere, studenţilor li s-au atribuit convingeri şi credinţe conforme cu sensul în care au realizat eseul (pro sau contra lui Castro). Este un caz clar de subestimare a factorilor situaţionali (impunerea temei de către un profesor) şi de supraestimare a factorilor personali (convingerea proprie). O multitudine de studii subsecvente au demonstrat generalitatea acestei tendinţe, ceea ce a făcut ca eroarea să fie cunoscută drept *eroare fundamentală de atribuire*.

O altă eroare importantă de atribuire este dată de diferenţa dintre actor şi observator în procesul de atribuire. Cercetătorii au arătat că actorii tind să atribuie propriile lor comportamente unor cauze externe, în timp ce observatorii tind să atribuie aceleaşi comportamente unor cauze interne. O eroare înrudită cu eroarea actor-observator este cea legată de atribuirea succesului şi eşecului. Oamenii par a fi mult mai înclinaţi să considere succesul lor ca fiind determinat de cauze interne, precum aptitudinile sau trăsăturile de personalitate, în timp ce eşecul este atribuit cel mai adesea unor cauze situaţionale.

Cea mai răspândită explicaţie dată acestor erori accentuează influenţa distorsionantă a factorilor afectiv-motivaţionali, deci subiectivi, în procesul de prelucrare a informaţiei. O dată cu punerea în evidenţă a multiplelor erori ce viciază procesul de atribuire a fost necesară şi revizuirea concepţiilor clasice privind asemănarea dintre teoriile ştiinţifice şi teoriile psihologice naive, deoarece omul obişnuit s-a dovedit a fi dependent de propria subiectivitate şi foarte vulnerabil la aspectele superficiale ale informaţiei.

3. Influenţa teoriilor atribuirii asupra cercetărilor actuale

Putem afirma, fără a greşi, că timpul teoriilor importante în domeniul atribuirii a trecut. Cercetarea actuală în acest domeniu pare să se fi fărâmiţat şi cantonat în alte domenii cum ar fi cogniţia socială sau relaţiile intergrupale. Cu toate acestea, cercetările din domeniul atribuirii sociale au o rezonanţă puternică în cercetările actuale din psihologia socială.

O serie de cercetători, precum A. Kruglanski sau D. Kahneman, au tratat procesul atribuirii ca fiind doar un aspect al unui proces mult mai larg şi mai complex pe care l-au numit *epistemologie a simţului comun* (*lay epistemology*). Unii psihologi cognitivişti s-au dovedit a fi interesaţi de mecanismul inconştient şi incontrolabil de atribuire de trăsături de personalitate şi structurarea acestora în „teorii implicite despre personalitate", în timp ce alţi psihologi cognitivişti studiază mecanismul trecerii de la atribuirea de trăsături de personalitate la activarea stereotipurilor. La un alt nivel, mai generos din punct de vedere teoretic, atribuirea este integrată astăzi în mecanismul de formare a reprezentărilor sociale. Nu în ultimul rând, cercetarea erorilor de atribuire s-a dovedit a fi deosebit de fertilă pentru explicarea altor fenomene sociale precum obedienţa sau schimbarea atitudinii.

REZUMAT

În capitolul de faţă am prezentat teoriile psihologice ale atribuirii. Aceste teorii încearcă explicarea proceselor psihologice care sunt responsabile de atribuirile cauzale pe care le fac oamenii obişnuiţi. După ce se subliniază rolul psihologiei de orientare gestaltistă în apariţia interesului pentru fenomenul atribuirii, sunt trecute în revistă principalele merite dar şi limite ale teoriei lui Heider, prima teorie în care fenomenul atribuirii este cercetat cu atenţie, deşi nu foarte sistematic. Este prezentată apoi cea de a doua mare teorie a atribuirii, teoria lui Jones şi Davis, care, pe de o parte, sistematizează intuiţiile lui Heider, iar pe de altă parte, relevă noi dimensiuni ale procesului atribuirii. Modelul covariaţiei al lui Kelley este cea de a treia teorie pe care am avut-o în vedere, şi care porneşte de la ipoteza că asemănările dintre oamenii obişnuiţi şi oamenii de ştiinţă nu se opresc la nivelul intenţiilor şi al scopurilor, ci se regăsesc şi la nivelul metodei de cunoaştere. Modelul tridimensional al lui Wiener este considerat ca reprezentând ultima mare teorie a atribuirii înainte ca interesul cercetătorilor să se orienteze spre miniteorii sau să evolueze spre domenii conexe, cum ar fi, spre exemplu, teoriile implicite de personalitate. Însă, înainte de a încheia capitolul cu problema influenţei teoriilor atribuirii asupra cercetărilor actuale, a fost prezentată şi una dintre cele mai importante descoperiri ale cercetătorilor atribuirii, şi anume tendinţa omului obişnuit de a judeca greşit asupra cauzelor comportamentului celuilalt, ajungând la erori de atribuire.

Întrebări şi teme de reflecţie

1. Ce este simţul comun psihologic şi ce funcţie îndeplineşte el în gândirea omului obişnuit?
2. Încercaţi să prezentaţi modul în care intuiţiile lui Heider au fost sistematizate şi dezvoltate în teoriile apărute ulterior.
3. Comparaţi teoria covarianţei propusă de Kelley cu teoria multidimensională a lui Wiener.
4. Care sunt cauzele posibile ce stau în spatele eşuării gândirii omului obişnuit în erori de atribuire?
5. Ce domenii ale psihologiei sociale actuale au fost influenţate şi continuă cercetările începute de primii teoreticieni ai atribuirii?

Lecturi recomandate

Deschamps, J.-C.; Beauvois, J.-L. (1997). Atribuiri intergrupuri. În *Stereotipuri, discriminare şi relaţii intergrupuri*. R.Y. Bourhis, J.-P. Leyens (coord.). Iaşi: Polirom.

Matei, L. (1994). Fenomenul atribuirii. În I. Radu (coord.). *Psihologie socială*. Cluj-Napoca: Editura Exe.

Bibliografie

Deschamps, J.-C.; Beauvois, J.-L. (1997). Atribuiri intergrupuri. În *Stereotipuri, discriminare şi relaţii intergrupuri*. R.Y. Bourhis, J.-P. Leyens (coord.). Iaşi: Polirom.

Heider, F.; Simmel, M. (1944). An experimental study of apparent behavior. *The American Journal of Psychology*, LVII (2), 243-259.

Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: Wiley.

Jaspars, J.; Hewstone, M.F.; Fincham, D. (1983). Attribution theory and research: the state of art. În J. Jaspars, D. Fincham, M.F. Hewstone (eds.). *Attribution Theory and Research: Conceptual, Developmental and Social Dimensions*. New York: Academic Press.

Kahneman, D. (1991). *Judgement and Decision Making: A Personal View* (vol. 2, nr. 3). 142-145.

Kelley, H.H. (1983). Perceived causal structures. În J. Jaspars, D. Fincham, M.F. Hewstone (eds.). *Attribution Theory and Research: Conceptual, Developmental and Social Dimensions*. New York: Academic Press.

Kruglanski, A.W. (1980). Lay epistemologic process and contents: another look at attribution theory. *Psychological Review*, 87 (1), 70-87.

Kruglanski, A.W.; Hamel, I.Z.; Maides, Sh.A.; Schwartz, J.M. (1977). Attribution theory as a special case of lay epistemology. În *New Directions in Attribution Research* (vol. 2). Hillsdale: L.E.A.

Manstead, A.S.R.; Hewstone, M. (eds.) (1995). *The Blackwell Enciclopedia of Social Psychology*. Blackwell Inc.

Matei, L. (1994). Fenomenul atribuirii. În I. Radu (coord.). *Psihologie socială*. Cluj-Napoca: Editura Exe.

Ross, L.; Nisbett, R.E. (1991). *The Person and the Situation*. Washington D.C.: McGraw-Hill.

Wegner, D.M.; Vallacher R.R. (1977). *Implicit Psychology*. New York: Oxford University Press.

Concepte-cheie

Dispoziție personală – presupuse atribute personale, precum trăsăturile de personalitate, aptitudinile sau atitudinile, având o relativă stabilitate în timp şi manifestare constantă în comportament.

Eroare de atribuire – aproape intraductibil în limba română, termenul „bias” are semnificaţii distincte, ce nu se confundă cu cele ale termenilor eroare (*error*) sau greşeală (*mistake*). L-am putea traduce şi prin sintagma „tendinţă subiectivă”, pentru a sublinia caracterul natural al erorii de atribuire. Desemnează procesul de distorsiune sistematică a unui proces de atribuire.

Eroare fundamentală de atribuire – distorsiunea procesului de atribuire în sensul subestimării factorilor cauzali situaţionali chiar şi când aceştia sunt evidenţi şi supraestimarea nejustificată şi nerealistă a factorilor cauzali interni.

Informaţie consensuală – provine de la comportamentul unor persoane diferite aflate în aceeaşi situaţie, sub influenţa aceluiaşi stimul.

Informaţie distinctivă – priveşte comportamentul unei aceleiaşi persoane în condiţiile acţiunii unor stimuli diferiţi.

Informaţie consistentă – dă seama de comportamentul unei persoane în prezenţa unui singur stimul, dar de-a lungul timpului, în situaţii diferite.

Principiul covarianţei – statuează că un fenomen poate fi considerat cauză a unui comportament numai în condiţiile în care prezenţa lui este însoţită de prezenţa comportamentului, iar în absenţa lui, acelaşi comportament nu apare niciodată.

Schemă cauzală – schemele cauzale joacă rolul unor concepţii generale despre relaţiile cauză-efect. Ele sunt credinţe sau chiar prejudecăţi provenind din experienţă, despre modul în care unele tipuri de cauze produc prin interacţiune un anume tip de efect. Fiind aplicabile în situaţii multiple, ele au funcţia de a permite unui observator să facă inferenţe cauzale uşor şi rapid, depăşind lacunele informaţionale.

Simţ comun psihologic – cuprinde teoria sau teoriile psihologice naive pe care omul obişnuit le utilizează în încercarea lui de a da sens, de a prezice şi controla lumea.

Teoria inferenţei corespondente – teorie conform căreia un observator va infera corespondenţa unui comportament cu o anumită trăsătură stabilă în funcţie de atribuirea unei intenţii.

Teoriile atribuirii – grup de teorii a căror notă comună este încercarea de a explica modul în care omul obişnuit, într-un efort susţinut de înţelegere, încearcă să separe un efect de cauza sau complexul de factori cauzali care l-a produs.

Atitudinea şi schimbarea atitudinii

Mihaela Boza

PREFAŢĂ

Acest capitol prezintă conceptul de atitudine şi modalităţile prin care atitudinile pot fi schimbate. Pentru început, conceptul este abordat ca o componentă socială a personalităţii, sub aspectul structurii, formării, relaţiei cu alte aspecte ale eului social şi al funcţiilor pe care le îndeplinesc atitudinile. Sunt apoi prezentate câteva modalităţi prin care pot fi măsurate atitudinile. În partea a doua a capitolului sunt prezentate două modalităţi prin care pot fi schimbate atitudinile : persuasiunea şi autopersuasiunea, precum şi mecanismele de rezistenţă la schimbarea atitudinii.

Introducere

Atitudinea este unul dintre cele mai studiate concepte din psihologia socială, literatura de specialitate numărând mai bine de 10.000 de articole, cărţi şi capitole dedicate acestui subiect. Cu tot interesul arătat de cercetători pentru studiul atitudinilor, acest concept are încă de luptat cu imprecizia atât în definirea sa, cât şi în delimitarea sa de alte concepte cum ar fi opiniile, credinţele sau intenţiile. Două dintre cele mai dificile probleme cu care se confruntă acest domeniu sunt găsirea unor modalităţi fidele şi valide de măsurare a atitudinilor şi relaţia dintre atitudine şi comportament. În primul caz, modalităţile de măsurare se împart în două categorii principale : cele directe, de tipul scalelor, şi cele indirecte, de tipul măsurătorilor fiziologice sau comportamentale. Fiecare dintre acestea au limitele lor, dar cel mai important este că ele nu reuşesc să „prindă" cu precizie şi nuanţă atitudinea reală a unei persoane faţă de un obiect al atitudinii. Legat de această problemă apare şi cea a relaţiei dintre atitudine şi comportament, unde caracterul predictiv al atitudinii şi al intenţiei comportamentale pentru comportamentul real al individului s-a dovedit a fi foarte slab. În privinţa diversităţii definirii conceptului şi a teoriilor care îl înglobează, acelaşi fenomen se manifestă şi în domeniul schimbării de atitudine. Diferitele teorii care încearcă să explice mecanismele schimbării sau să ofere modalităţi concrete şi stabile în timp de schimbare a atitudinilor suferă de aceeaşi incompletitudine şi neputinţă de generalizare. Totuşi, în ultimii ani apar tot mai multe teorii care sintetizează puncte de vedere mai vechi, conturând o imagine din ce în ce mai unitară a acestui concept.

I. Conceptul de atitudine

A vorbi despre atitudini poate fi foarte uşor sau foarte greu ; dar, spre deosebire de alte aspecte psihologice implicate în existenţa noastră ca fiinţe sociale, atitudinile sunt omniprezente în comportament. Iată câteva exemple pe care le putem întâlni zilnic şi care au un impact diferit asupra noastră.

A fost votată legea împotriva fumatului în locurile publice. Nici reclamele televizate la ţigări nu mai sunt permise. Ce spun fumătorii ? Ce spun nefumătorii ? De ce este această lege necesară ? Va scădea numărul de fumători ?

S-a lansat un nou detergent, mai performant şi mai bun decât precedentele. Vânzarea noului produs promite câştiguri mari. Este recomandat de o actriţă foarte cunoscută şi atrăgătoare, clipul este dinamic şi sugestiv şi, mai ales, făcut cu multă imaginaţie. Are un miros plăcut, nu irită pielea, nu decolorează şi nu deteriorează hainele. Ce îi determină pe cumpărători să-l încerce sau chiar să-l prefere ?

A început campania împotriva violenţei în familie. Imaginea în varianta televizată este puternic încărcată emoţional, iar mesajul este clar şi direct : „Nu poţi rămâne indiferent ! Violenţa conjugală trebuie să înceteze !". Mesajul radiofonic spune acelaşi lucru dar mai nuanţat şi oferind argumentele unei femei care a conştientizat situaţia sa şi refuză să mai fie o victimă. Va avea succes această campanie ? Care dintre cele două mesaje va avea un impact mai puternic şi la ce categorii de populaţie ?

Este campanie electorală şi fiecare oraş este plin de afişe cu chipurile diferiţilor candidaţi, programele radio şi TV sunt supraîncărcate cu programe electorale şi spoturi publicitare. Candidaţii se întrec în promisiuni. Cei mai mulţi cetăţeni închid televizorul sau comută pe alte canale. Absenteismul la vot este mare şi alegerile sunt nemulţumitoare. Cei mai mulţi candidaţi sunt stupefiaţi şi dezamăgiţi şi nu înţeleg de ce au pierdut : au consultat cei mai buni consilieri de imagine şi au avut campanii reuşite – şi totuşi...

Desigur că lista ar putea continua aproape la nesfârşit, dar acestea nu sunt decât câteva exemple care ilustrează anumite particularităţi ale atitudinilor şi câteva modalităţi de schimbare a acestora ce îşi vor găsi descrierea – şi, parţial, explicaţia – în acest capitol.

1. Definire şi relaţia cu alte componente

Acest concept apare la începutul secolului XX în lucrările de psihologie experimentală germane, dar cu un sens diferit de cel al simţului comun, şi anume cu cel de postură. În acest caz, atitudinea ar avea un rol de explicare a relaţiilor care există între stimuli şi răspunsul subiectului. Acest concept trimite într-o manieră schematică la influenţa dispoziţiilor mentale ale subiecţilor asupra comportamentelor acestora.

În acelaşi timp, în Statele Unite, noţiunea de atitudine este utilizată în cercetările sociologice şi psihologice, mai ales pentru explicarea conduitelor sociale şi orientărilor lor. *Prin atitudine se înţelege o dispoziţie internă a individului, care subîntinde percepţia sa şi reacţiile sale faţă de un obiect sau un stimul.* De exemplu, un comportament agresiv faţă de străini poate avea rădăcini într-o atitudine mai generală, pe care o putem numi etnocentrism. Definiţia poate fi completată cu o serie de precizări asupra *naturii şi caracteristicilor atitudinilor* : sunt rezultatul experienţei, sunt relativ stabile şi durabile, sunt polarizate, adică sunt fie pozitive, fie negative.

Prima definiţie riguroasă a conceptului de atitudine a fost propusă de Allport în 1935 : „O atitudine este o stare mentală şi neuropsihologică de pregătire a răspunsului, organizată prin experienţă de către subiect, exercitând o influenţă directivă sau dinamică asupra răspunsului său faţă de toate obiectele şi toate situaţiile la care se raportează".

Această definiţie sugerează că atitudinea are mai multe elemente : a) este o experienţă personală cu un substrat neurobiologic şi nu poate fi măsurată decât într-o manieră indirectă, prin manifestările comportamentale sau psihofiziologice ; b) atitudinile constituie un ansamblu de elemente cognitive relative la un obiect cărora le sunt asociate evaluări (afecte) pozitive sau negative ; c) elementul central este acela că atitudinile sunt precursoarele comportamentului ; d) individul produce reacţii adaptate şi consistente faţă de obiectele asociate atitudinii.

1.1. *Atitudini şi comportamente*

În general, se consideră că atitudinea subîntinde comportamentul. Totuşi, numeroase experimente au demonstrat decalajul care poate exista între comportamentele şi atitudinile indivizilor. Acest decalaj poate fi atribuit unor cauze diferite : a) influenţa situaţiei imediate care presupune numeroşi stimuli ce acţionează direct asupra comportamentului ; b) acţiunea mai multor atitudini complementare sau contradictorii asupra comportamentului ; c) decalajul între momentul în care studiem atitudinile unui subiect sau unui grup şi momentul în care este observat comportamentul real. În acest interval de timp, atitudinile pot fi transformate în funcţie de anumite evenimente.

1.2. *Atitudini şi motivaţii*

Putem defini motivaţiile ca fiind rezultatele stărilor de tensiune internă ale individului, provocate de nevoi şi care pot declanşa conduite adecvate satisfacerii acestor nevoi. Deşi există numeroase puncte comune între motivaţii şi atitudini, ele pot fi diferenţiate astfel : a) motivaţia care îşi are sursa într-o nevoie este mai puţin stabilă decât o atitudine ; b) obiectul motivaţiei este mai precis decât cel al atitudinii ; c) contrar schemei clasice potrivit căreia motivaţiile stau la baza atitudinilor, acestea din urmă pot fi la originea emergenţei motivaţiilor.

1.3. *Atitudini și opinii*

În limbajul comun aceste două concepte se suprapun adesea, dar în fapt ele acoperă realități distincte : a)opinia este specifică, punctuală, izolată, se referă la un fapt singular, iar atitudinile sunt expresia dispozițiilor psihologice mai largi și mai stabile ; b) opinia nu există decât atunci când se exprimă verbal sau printr-un comportament simplu iar atitudinea se poate strecura în diferite reacții sau chiar poate rămâne latentă ; c) opinia este un fapt de conștiință, de gândire și se poate confunda cu judecata asupra unui obiect, iar atitudinea poate fi parțial sau integral inconștientă.

1.4. *Atitudini și credințe*

Din punct de vedere psihologic, credința poate fi asimilată unei forme de judecată, de interpretare specifică a mediului de către individ. Originea acesteia se află în istoria individului, în experiența și în personalitatea sa. În această interpretare, conținutul credinței poate fi definit ca ansamblu de atitudini proprii fiecărui individ în legătură cu un anumit obiect, iar noțiunea de credință o înglobează pe cea de atitudine.

Psihologia socială situează credințele și atitudinile pe două paliere diferite. Conform modelului tridimensional, atitudinile ar avea trei componente : *cognitivă* (credințe), *afectivă* (atitudini) și *comportamentală* (comportamente). În acest caz, credințele au sensul de ansamblu de idei, de informații pe care un individ le deține în legătură cu persoane, lucruri, situații.

2. Proprietățile atitudinii

a) **Valența**. Această proprietate se referă la poziția pe care o ocupă atitudinea în privința dimensiunilor evaluative și afective. O atitudine poate fi pozitivă sau negativă, favorabilă sau defavorabilă unui obiect. Atitudinea poate fi gândită într-o manieră unipolară (pozitiv sau negativ) sau bipolară (un continuum de la pozitiv la negativ). Predominanța este determinată de numărul de elemente cognitive care constituie fiecare pol, de importanța atribuită fiecărui element și de intensitatea evaluărilor și afectelor care le sunt asociate.

b) **Intensitatea**. Acest termen desemnează poziția ocupată de atitudinile noastre pe scalele continue și bipolare de tip „favorabil/defavorabil", „pozitiv/negativ" utilizate pentru a le măsura. Cu cât o atitudine se apropie mai mult de o extremitate sau alta a acestor scale, cu atât mai mult ea va fi considerată ca fiind intensă.

c) **Centralitatea**. Această proprietate se referă la poziția pe care o ocupă atitudinea în ansamblul de elemente identitare ale individului : valorile, apartenențele sociale, definițiile în termeni de personalitate și de aptitudini. Asocierea mai mult sau mai puțin puternică a unei atitudini cu unul dintre aceste aspecte va determina gradul său de centralitate.

d) Accesibilitatea. Această proprietate se raportează la forţa legăturii care uneşte atitudinea de obiectul ei. Cu cât această legătură este mai puternică, cu atât mai mare este probabilitatea şi rapiditatea cu care atitudinea va fi activată în prezenţa obiectului. Această proprietate este utilizată în studiile asupra relaţiei atitudine – comportament.

3. Funcţiile atitudinilor

Conform lui Katz (1960), atitudinile au patru funcţii esenţiale:

a) **Funcţia de cunoaştere**. Atitudinea serveşte drept cadru de referinţă pentru evaluările obiectelor sau evenimentelor care se produc în jurul nostru. Ele stabilesc legături reciproce şi le organizează într-o manieră bipolară (pozitiv/negativ) sau unipolară (pozitiv sau negativ). Atitudinile constituie un fel de rezumat al evaluărilor unui obiect.

b) **Funcţia de adaptare**. Se poate vorbi şi de funcţia utilitară sau instrumentală a atitudinii. Noi elaborăm atitudini favorabile faţă de obiecte care ne sunt utile, permiţându-ne să ne satisfacem nevoile, şi atitudini negative faţă de obiecte aflate la originea sentimentelor de teamă sau a frustrărilor. Atitudinile îndeplinesc şi o funcţie de adaptare socială. Avem tendinţa de a exprima atitudini care, într-un context social dat, ne permit să primim aprobarea şi să evităm dezaprobarea celuilalt.

c) **Funcţia expresivă**. Atitudinile ne servesc la exteriorizarea credinţelor şi valorilor pe care le considerăm centrale. Ele ne permit de fapt să obţinem o mulţumire din simplul fapt că ne oferă posibilitatea de a ne distinge de ceilalţi.

d) **Funcţia de apărare a eului**. Atitudinile ne permit să ne creştem sau să ne protejăm stima de sine împotriva ameninţărilor exterioare sau conflictelor interne.

4. Formarea atitudinilor

În acord cu modelul tridimensional, se consideră (Corneille, 1992) că atitudinile au trei surse: *afective*, *comportamentale* şi *cognitive*.

4.1. *Surse afective*

a) Condiţionarea pavlovistă

Experimentul de bază a fost efectuat de Staats şi Staats (1958). Aceşti autori au fost primii care au arătat că atitudinile pot fi rezultatul condiţionării.

Caseta 1

Ei prezentau subiecţilor două tipuri de cuvinte. Primul tip cuprindea aşa-zişii stimuli condiţionaţi – şi anume denumiri de naţionalităţi (german, suedez, olandez, italian, francez şi grec). Fiecare dintre aceste cuvinte era urmat de un al doilea din cealaltă categorie de stimuli – stimuli necondiţionaţi, care erau de trei tipuri : cuvinte evaluative neutre (scaun, doisprezece), cuvinte evaluative negative (amar, urât, eşec) şi cuvinte evaluative pozitive (cadou, sacru, fericit). Cuvintele „suedez" şi „olandez" erau singurii stimuli condiţionaţi care erau urmaţi de cuvinte pozitive sau negative. Pentru jumătate dintre subiecţi, cuvântul „suedez" era urmat de cuvinte negative, iar pentru cealaltă jumătate, de cuvinte pozitive – şi invers pentru cuvântul „olandez". La final se cerea subiecţilor să evalueze fiecare cuvânt ce desemnează o naţionalitate pe o scală de 7 puncte de la agreabil la dezagreabil, evaluările critice fiind cele pentru „olandez" şi „suedez". Evaluarea acestor stimuli era mai pozitivă când fuseseră urmaţi de stimuli necondiţionaţi pozitivi şi mai negativă când fuseseră urmaţi de stimuli necondiţionaţi negativi.

Un alt studiu, foarte interesant prin procedură şi implicaţii, arată că atitudinile pot fi şi rezultatul unei condiţionări subliminale. Ei prezentau subiecţilor diapozitive care înfăţişau o femeie efectuând diferite treburi cotidiene. Înainte de fiecare diapozitiv era prezentată subliminal o altă fotografie, care avea fie o conotaţie pozitivă (pisoi), fie una negativă (o faţă înconjurată de flăcări). Subiecţii care primiseră subliminal o imagine pozitivă au evaluat-o pe tânăra femeie mai pozitiv decât cei cărora li s-a prezentat o imagine negativă. Altfel spus, subiecţii au fost condiţionaţi de stimuli de prezenţa cărora nu erau conştienţi.

b) Simpla expunere

Numeroase cercetări au demonstrat că expunerea repetată şi inconştientă la un stimul creşte atracţia faţă de stimulul respectiv. Cel care a inaugurat seria de studii asupra efectului simplei expuneri a fost R. Zajonc.

Zajonc pleacă de la ipoteza că „expunerea repetată la un stimul este suficientă pentru a determina o atitudine mai favorabilă faţă de acest stimul" (Zajonc, 1968).

Autorul defineşte simpla expunere ca fiind „o situaţie în care stimulul este doar accesibil percepţiei subiecţilor".

În experimentul său, Zajonc prezenta subiecţilor 20 de cuvinte din şapte litere fără semnificaţie (iktitaf, kadirga etc.), spunându-li-se că sunt cuvinte din limba turcă şi că experimentul studia efectul repetării asupra pronunţiei cuvintelor din limbi străine. Conform condiţiilor experimentale, cuvintele erau prezentate de 0, 1, 2, 5, 10, 25 de ori. Li se cerea apoi subiecţilor să estimeze în ce măsură fiecare dintre cuvinte însemna ceva „bun" sau „rău". Rezultatele arată că există o relaţie puternică între frecvenţa de expunere a cuvintelor şi sensul general care le este atribuit. Subiecţii apreciază că acele cuvinte care le-au fost prezentate de un număr mare de ori (5, 10, 25) exprimă lucruri mai pozitive decât cele prezentate mai puţin frecvent.

Rezultatele au fost confirmate prin replicarea acestui experiment de mai multe ori, utilizând stimuli diferiţi. Mai mult, efectul a fost confirmat şi în cazul în care stimulii erau prezentaţi subiecţilor pentru o perioadă prea scurtă pentru a fi apoi recunoscuţi (Mandler *et al.*, 1987). În acest caz, efectul simplei expuneri este chiar mai puternic decât atunci când stimulii pot fi recunoscuţi ulterior.

Efectul simplei expuneri rămâne însă puţin explicat, în ciuda unui număr mare de cercetări care îl ilustrează. Zajonc afirmă că există o separare între gândire şi sentimente. Efectul simplei expuneri ar revela existenţa unor răspunsuri afective (bazate pe caracteristici vagi, grosiere şi globale ale stimulilor şi numite *preferenda*) independente de discriminarea elementelor care permit recunoaşterea stimulilor (*discriminanda*). Există şi o serie de explicaţii alternative bazate pe diferite mecanisme psihologice sau psihofiziologice cum ar fi procesul de opoziţie prin activarea răspunsului emoţinal opus celui iniţial presupus negativ, activare fiziologică, competiţia răspunsurilor sau modelul bifactorial care presupune alternanţa acomodării şi plictiselii.

4.2. *Surse comportamentale*

Sursele comportamentale în formarea atitudinilor au fost jalonate de două teorii: *condiţionarea skinneriană* şi *percepţia de sine*.

a) Condiţionarea operantă

Acest tip de condiţionare are la bază efectul întăririi răspunsului. Un eveniment pozitiv (întărire pozitivă) care este consecutiv unui răspuns comportamental determină creşterea probabilităţii de apariţie a acestui răspuns (efect de întărire propriu-zis). Dacă răspunsul este urmat de o întărire negativă (eveniment neplăcut), se constată o diminuare a probabilităţii apariţiei sale. Astfel, dacă privim atitudinea ca fiind un răspuns al individului faţă de un obiect, se poate presupune că o atitudine întărită pozitiv va avea o probabilitate de reapariţie mai mare, iar una întărită negativ are şanse să dispară.

Scott (1957) a demonstrat că acest mecanism funcţionează. Subiecţii trebuiau să apere o poziţie atitudinală în timpul unei discuţii. În final li se spunea fie că sunt câştigători (întărire pozitivă), fie că au pierdut (întărire negativă). Apoi s-a măsurat atitudinea faţă de poziţia pe care au apărat-o. Subiecţii câştigători erau în mai mare măsură în favoarea acestei poziţii.

b) Percepţia de sine

Bem (1967) presupune că atunci când dorim să ne cunoaştem stările interioare, mai ales emoţiile, ne bazăm atât pe stimuli interni (ritm cardiac, tensiune musculară etc.), cât şi externi (cuvinte, expresia feţei, postura, comportamentul) utilizaţi de ceilalţi pentru a ne cunoaşte şi defini. La fel, atât răspunsurile noastre la scalele de atitudini, cât şi comportamentele noastre efective faţă de un obiect constituie surse de informaţii importante pentru a ne defini atitudinile.

4.3. *Surse cognitive*

Există puține lucrări empirice care tratează acest aspect. Contactele directe cu persoane sau grupuri sociale care ne sunt inițial necunoscute sau față de care deținem anumite stereotipuri negative pot influența formarea atitudinilor. De asemenea, părinții, colegii, mass-media, școala contribuie la construirea și modelarea atitudinilor noastre prin furnizarea unor informații legate de obiecte cu care nu avem contact.

5. Structurarea atitudinilor

a) *Modelul unidimensional*

Modelul unidimensional este cel mai frecvent acceptat, fiind și cel mai simplu (Olson și Zanna, 1993). Atitudinea este definită ca o evaluare globală a obiectului atitudinii pe o dimensiune continuă de tip „favorabil/defavorabil".

b) *Modelul tridimensional*

Este cel mai cunoscut și a fost propus de Rosenberg și Hovland (1960). Acest model este important deoarece precizează natura răspunsurilor individului față de obiectele de atitudine. Ei disting trei tipuri de răspunsuri: *cognitive*, *afective* și *comportamentale*. Aceste trei tipuri de răspunsuri variază într-o manieră consistentă (adică în același sens) de-a lungul unui continuum evaluativ.

Potrivit autorilor menționați, termenul „afect" se referă la răspunsuri emoționale, dar și la activitatea sistemului nervos simpatic. *Răspunsul afectiv* al individului este deci măsurabil atât prin erorile răspunsurilor verbale, prin care subiectul își trădează emoțiile și starea de spirit, cât și prin paleta de instrumente de măsură pe care medicina ni le pune la dispoziție (electrocardiograf, electromiograf, electrodermograf). *Răspunsul comportamental* se măsoară întrebând subiectul în legătură cu intențiile sale comportamentale, dar și prin observație directă. *Răspunsurile cognitive* sunt legate de credințe, de cunoștințe, de răspunsurile perceptive și de ideile suscitate de către obiectul atitudinal. Și acestea pot fi puse în evidență prin măsurători verbale.

6. Măsurarea atitudinilor

Prima metodă sistematică de măsurare a atitudinilor a fost elaborată de Thurstone și Chave în 1929. Când măsurăm atitudinile, de obicei utilizăm *cinci tehnici* principale: scalele cu intervale aparent egale (Thurstone, 1931), metoda evaluărilor sumate (Likert, 1932), diferențiatorul semantic (Osgood, Suci, Tennenbaum, 1957), scala distanței sociale (Bogardus, 1933), tehnica falsului dispozitiv de detectare a atitudinilor (Jones și Sigall, 1971).

a) *Scala de intervale aparent egale*

Pentru construirea acestei scale, prima etapă este colectarea unui număr mare de propoziții care exprimă opinii posibile față de obiectul atitudinal pe care l-a ales cercetătorul.

A doua etapă constă în a cere unor judecători să plaseze fiecare afirmație într-o categorie (pe care o pot alege dintre mai multe categorii) ce variază pe dimensiunea favorabil/defavorabil. Judecătorii trebuie să claseze fiecare propoziție doar în una dintre cele 9 sau 11 categorii, care merg de la favorabil la defavorabil. Ei trebuie să spună cât mai obiectiv cu putință dacă, după părerea lor, propoziția respectivă exprimă o poziție favorabilă sau nu față de obiectul atitudinii. Numărul de judecători necesari pentru această sarcină este de cel puțin 100. În final, fiecare propoziție este caracterizată prin categoriile diferite în care a fost plasată, precum și de numărul de persoane care au plasat-o în fiecare dintre aceste categorii. Se obține astfel o distribuție a judecăților referitoare la fiecare dintre propoziții. Pentru fiecare distribuție se va calcula mediana și abaterea intercvartilă, ceea ce va permite împărțirea populației în două sau patru părți egale, în funcție de răspunsuri, oferind o imagine privind variabilitatea acestor judecăți. Acești doi indici permit selecționarea celor 20 de itemi care vor alcătui în final scala. Se vor selecționa doar propozițiile pentru care am observat că judecățile diferă doar în mică măsură.

A treia etapă constă în prezentarea, într-o ordine aleatoare, a propozițiilor selecționate unui număr de subiecți. Aceștia trebuie să spună dacă sunt sau nu de acord cu fiecare dintre ele. La final vom calcula atitudinea globală a subiectului în legătură cu obiectul făcând media răspunsurilor sale.

b) *Metoda evaluărilor sumate*

Această scală corespunde celei de tip Likert.

La început se alege un număr de propoziții (itemi) referitoare la obiectul atitudinal ales care să provină din surse cât mai diverse. Vom clasa itemii în două categorii mari: favorabili și defavorabili obiectului, și trebuie formulați cu atenție. În a doua etapă, aceste propoziții sunt date spre evaluare unor subiecți, utilizând o scală (în 5 puncte la Likert) mergând de la „dezacord total" până la „acord total", pe care o vor folosi în cotarea fiecărui item. Există mai multe variante pentru acest tip de scală: cu 5, 6, 7, 10, 11 sau mai multe gradații. Un număr impar de gradații permite subiecților să dea un răspuns neutru, dificil de interpretat. Pentru fiecare subiect se face suma răspunsurilor tuturor itemilor, care va constitui scorul total.

Ultima etapă constă în selecționarea propozițiilor care vor alcătui chestionarul final: ele trebuie să permită o diferențiere optimă a persoanelor cu atitudine favorabilă de cele cu atitudine nefavorabilă. Pentru aceasta, vom împărți subiecții care au răspuns în trei grupe: importanți pentru construcția scalei sunt cei 25% dintre subiecți care au o atitudine nefavorabilă și cei 25% care au o atitudine favorabilă.

Având ca populaţie de studiu aceşti subiecţi, vom calcula pentru fiecare propoziţie (item) corelaţia item - scor total. Se vor selecţiona doar itemii pentru care această corelaţie este foarte puternică.

c) *Diferenţiatorul semantic*

Această tehnică, pusă la punct de Osgood *et al.*, constă în faptul că subiecţii evaluează obiectul atitudinii pe o serie de scale de obicei în 7 puncte, mergând de la –3 la 3 şi care conţin perechi de adjective antonime (bine/rău, urât/frumos, curat/murdar, agreabil/dezagreabil etc.). Se va avea în vedere inversarea într-o ordine aleatoare a polilor pozitiv şi negativ, pentru a se evita ca polul din dreapta sau din stânga să reprezinte întotdeauna aspectul pozitiv sau negativ. Printre aceste perechi este necesar, de asemenea, să se insereze perechi de distragere, fără legătură din punct de vedere evaluativ cu obiectul atitudinii sau relativ neutre în raport cu acesta. Perechile care intră în alcătuirea diferenţiatorului trebuie alese cu grijă, astfel încât să fie alcătuite din cuvinte puternic în opoziţie. De asemenea, unele perechi de cuvinte pot avea semnificaţii diferite mai mult sau mai puţin precise atunci când sunt aplicate unuia sau altuia dintre diferitele obiecte atitudinale. Cea mai bună soluţie este de a pretesta adjectivele apelând la subiecţi despre care ştim că vor avea atitudini extreme faţă de obiectul atitudinii şi de a nu selecţiona decât perechile de adjective care permit cea mai bună diferenţiere între persoanele cu o atitudine extrem pozitivă sau extrem negativă.

d) *Scala distanţei sociale*

Această scală, propusă de Bogardus, permite măsurarea distanţei între diferite grupuri sociale. Ea este compusă dintr-o serie de propoziţii ordonate crescător şi care exprimă fiecare un grad de acceptare a grupului. Bogardus utilizează această scală pentru a cunoaşte gradul de proximitate pe care îl acceptă subiecţii albi în relaţia lor cu negrii:

- Accept ca negrii să locuiască în ţara mea.
- Accept ca negrii să locuiască în acelaşi oraş cu mine.
- Accept să dau mâna cu un negru.
- Accept să am prieteni negri.
- Accept ca fiica mea să se căsătorească cu un negru.

Subiecţii trebuie să spună dacă sunt sau nu de acord cu fiecare dintre propoziţii. Opiniile sunt ordonate logic, astfel încât acceptarea unei propoziţii să presupună şi acceptarea celor precedente. Acest lucru este valabil însă numai dacă propoziţiile subîntind o variabilă comună – în acest caz, atitudinea faţă de negri. Analiza ierarhică a răspunsurilor ne permite să aflăm dacă ansamblul enunţurilor constituie expresia unei singure variabile, caz în care scala poate fi utilizată ca instrument de măsură a atitudinii faţă de grupul social avut în vedere.

e) *Tehnica falsului dispozitiv de detectare a atitudinilor*

Această tehnică, pusă la punct de Jones și Sigall (1971), are ca scop „combaterea disimulării prin minciună". Pe antebrațul subiecților se aplică electrozi conectați la un aparat cu cadrane despre care li se spune subiecților că este un detector de minciuni foarte sofisticat. Primele întrebări puse au ca scop convingerea acestora că aparatul are într-adevăr virtuțile menționate. Ei sunt chestionați în legătură cu anumite subiecte în privința cărora știm că vor avea tendința să mintă și la care cunoaștem răspunsul pe care l-ar da dacă ar fi sinceri. Când subiectul minte, cadranele indică intensitatea și direcția opiniei lor reale. Astfel, ei sunt convinși că cercetătorul poate afla într-adevăr opiniile lor reale atunci când răspund la o a doua serie de întrebări, care de fapt sunt cele care prezintă interes pentru studiu. Cercetătorii mizează pe faptul că subiectul va prefera să răspundă sincer decât să se descopere că minte. Autorii acestei tehnici au măsurat astfel atitudinea subiecților americani față de negri. Subiecții au exprimat atitudini mai negative față de negri în prezența pretinsului detector de minciuni decât în lipsa lui.

II. Schimbarea de atitudine

1. Persuasiunea

Persuasiunea se definește (Corneille, 1992) *ca un act de comunicare având ca scop modificarea setului mental al individului*. Ea se deosebește de alte forme de influență prin două caracteristici foarte importante:

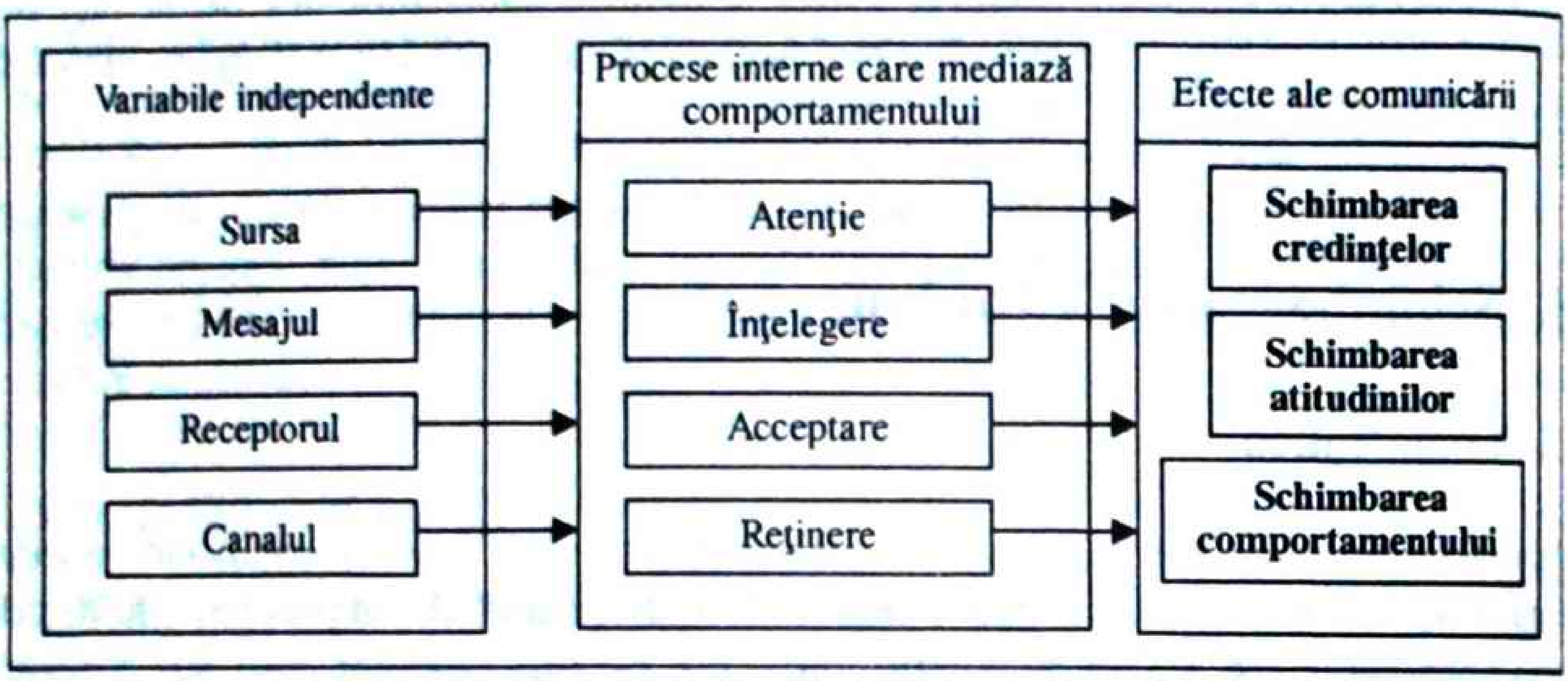
a) persoana-țintă are impresia că are libertate totală;
b) persuasiunea are ca scop modificarea comportamentelor persoanei-țintă câștigând acordul ei și interiorizarea acestui acord.

1.1. *Modelul comunicării. Factorii schimbării de atitudine*

1.1.1. Modelul comunicării sau al învățării mesajului (*message-learning approach*) (Hovland *et al.*, 1953)

Atunci când trebuie să analizăm o comunicare, ne întrebăm cine, ce, cui și cum spune. Se poate descrie astfel comunicarea printr-o schemă în care se face distincție între *sursă*, *mesaj*, *canalul de comunicare* și *receptor*. Acestor componente, McGuire le adaugă *atitudinea-țintă* pe care o vizează mesajul și care poate fi mai importantă sau mai puțin importantă, centrală, stabilă sau accesibilă cognitiv, în funcție de modul în care subiectul se definește pe sine. De asemenea, poate fi adăugată distincția între *receptor* și *persoana-țintă* a mesajului. Aceasta se referă la situația în care mesajul se adresează sau nu unui public anume (persoane-țintă). Luarea în considerare a intenționalității mesajului deschide calea studiului strategiilor de construcție retorică, tematică, deci al aspectelor pragmatice și sociale ale discursului. Un mesaj care trebuie să persuadeze indică existența unor raporturi sociale sursă – țintă diferite de cele implicate de un mesaj care urmărește să seducă, să descrie sau care are un caracter conflictual. Distincția între receptor și țintă subliniază și faptul că un mesaj este înțeles și analizat și de persoane care nu sunt inițial vizate de mesaj. Această distincție permite integrarea în studiul schimbării de atitudine a impactului unei a treia persoane în situația de comunicare. Anumite cercetări demonstrează că reacțiile unei audiențe au impact asupra schimbării noastre de atitudine. Cercetările au arătat un număr mare de caracteristici pentru fiecare dintre aceste elemente (sursă, mesaj, canal), cu scopul de a studia impactul acestora asupra schimbării de atitudine.

Schema de comunicare descrisă mai jos este acceptată de majoritatea cercetătorilor ca fiind de referință în studiul schimbării de atitudine. S-a studiat intens efectul fiecăruia dintre elementele acestei scheme asupra schimbării de atitudine.


Variabile independente
Procese interne care mediază comportamentului
Efecte ale comunicării
Sursa
Mesajul
Receptorul
Canalul
Atenție
Înțelegere
Acceptare
Reținere
Schimbarea credințelor
Schimbarea atitudinilor
Schimbarea comportamentului

1.1.2. Factorii schimbării

Sursa

a) Credibilitatea

În general, se observă că o sursă percepută drept credibilă are o influență mai mare decât una percepută ca fiind mai puțin credibilă. Definirea în ochii subiectului a credibilității sale se face utilizând doi indicatori: *competența sursei* și *onestitatea*. Gradul de cunoaștere a sursei, statutul său social, profesia, nivelul său de educație, inteligența, calitatea de expert sau gradul de familiarizare cu problema asupra căreia se pronunță au un impact pozitiv în schimbarea de atitudine. În aceeași ordine de idei, o persoană care ia poziție împotriva intereselor sale sau a preferințelor auditoriului său va obține mai multă influență decât cel care adoptă strategiile inverse (Eagly, Wood, Chaiken, 1978). O sursă a cărei intenție manifestă este de a informa cât mai obiectiv cu putință va avea mai multă influență decât una ce are ca scop persuasiunea.

b) Atractivitatea

Atractivitatea sursei derivă din trei factori : *familiaritatea, similaritatea cu ţinta* şi *simpatia*. O sursă este mai persuasivă atunci când este simpatică, chiar dacă poziţia pe care o susţine este indezirabilă (Eagly şi Chaiken, 1975). S-a demonstrat, de asemenea, că o sursă atractivă fizic – fie că este bărbat sau femeie – este mai persuasivă decât una puţin atractivă. În acelaşi timp, alţi doi cercetători americani arată că o sursă – fie că este reprezentată ca fiind similară, fie că este în mod obiectiv similară – este mai persuasivă decât una nesimilară. S-a arătat că similaritatea socio-demografică are o importanţă mai mare decât cea ideologică.

c) Puterea şi sexul sursei

Heilman (1976) arată că sursa va obţine mai multă influenţă atunci când este percepută ca având intenţia sau puterea de a pedepsi răspunsurile nonconforme ale ţintei. Autorul arată că sursele care deţin putere au impact asupra opiniilor exprimate public, dar şi asupra celor private ale ţintei. În ceea ce priveşte sexul sursei, s-a demonstrat că bărbaţii au un impact mai mare asupra opiniilor femeilor ; dar şi contrariul, care este susţinut şi de credinţa că frumuseţea unei femei creşte impactul asupra opiniilor bărbaţilor.

Ţinta

Gradul în care ţinta este influenţată depinde de mai multe caracteristici ale sale, cum ar fi vârsta, inteligenţa sau sexul. Lucrările de specialitate au arătat că influenţa vârstei asupra gradului de influenţare variază non-monoton cu vârsta. Cei mai influenţabili sunt copiii de aproximativ 8-12 ani. E mai greu de stabilit o relaţie exactă între nivelul de influenţă şi inteligenţă. Se pare că subiecţii mai inteligenţi sunt mai puţin influenţabili. În ceea ce priveşte influenţa sexului, în cadrul unui studiu metaanalitic s-a demonstrat că femeile sunt mai influenţabile decât bărbaţii.

Mesajul

a) Argumentarea

Trebuie subliniat faptul că nu există studii empirice asupra eficienţei unui mesaj în funcţie de tipul de argumente conţinute. În general, argumentele mai slabe au mai puţină influenţă decât cele puternice, iar cele percepute ca valide sau noi au un impact mai mare. De asemenea, este mai bine să fie furnizate şi argumente contra, însă utilizarea lor depinde de faptul dacă acestea sunt sau nu cunoscute de ţintă. Dacă sunt cunoscute, se începe prin respingerea lor şi apoi sunt expuse argumentele pro. Dacă nu sunt cunoscute de ţintă, e mai bine să nu fie menţionate. S-a pus, de asemenea, problema dacă este mai bine să fie sau nu oferită o concluzie clară a mesajului sau aceasta să rămână la nivel implicit. S-a constatat că atunci când publicul-ţintă are un nivel intelectual sau de instrucţie mai ridicat, este de preferat ca mesajul să nu fie rigid, iar concluzia să fie implicită. Dacă publicul-ţintă este mai puţin instruit, este mai eficient ca mesajul să fie scurt, clar, bine conturat, prezentând şi concluziile. Repetarea mesajului în astfel de situaţii este de asemenea de dorit.

S-a studiat şi impactul fricii asupra schimbării atitudinilor. Rezultatele arată că impactul mesajelor creşte o dată cu intensitatea fricii pe care o suscită, dar până la un anumit nivel, începând cu care ţinta este destabilizată şi teama are efect contrar.

b) Stilul

Claritatea mesajului are un impact pozitiv asupra schimbării de atitudine, iar efectul acestei variabile este ponderat de procesele de comprehensiune şi de credibilitatea sursei. De asemenea, fluenţa verbală şi utilizarea unor procedee retorice (volumul, amplitudinea vocii şi variaţii de ton ale vocii) au o influenţă pozitivă în schimbarea atitudinilor, mai ales când sursa are un prestigiu puternic sau este puţin implicată de acel mesaj. Utilizarea anumitor procedee retorice cum ar fi metaforele sau analogiile cresc impactul mesajului prin creşterea atenţiei care îi este acordată.

Canalul

Chaiken şi Eagly (1983) au studiat impactul unui mesaj asupra schimbării de atitudine atunci când mesajul era scris sau video şi când sursa era fie simpatică, fie mai puţin simpatică. Rezultatele arată că sursa simpatică are un impact mai puternic atunci când mesajul este transmis video decât în scris, dar că sursa mai puţin simpatică obţine mai multe schimbări atunci când mesajul este scris decât când este video.

1.2. *Două modele recente ale persuasiunii*

1.2.1. Modelul probabilităţii de elaborare

Petty şi Cacioppo sunt autorii acestui model, propus de ei în 1986, potrivit căruia se poate ajunge la formarea unei atitudini valide pe două căi: *ruta centrală* şi cea *periferică*.

Persuasiunea care se realizează prin ruta centrală presupune adoptarea unei atitudini care rezultă dintr-un examen atent al argumentelor disponibile pro sau contra unei poziţii. Oamenii creează noi argumente şi integrează unele dintre argumentele nou-prezentate într-o structură de credinţe relative la obiectul atitudinii (ei elaborează mesajul). Un asemenea tratament al informaţiei presupune ca persoanele să fie foarte motivate şi să posede capacităţile cognitive necesare. Atitudinile formate sau modificate pe această cale sunt stabile în timp, cu mare putere predictivă pentru comportament şi rezistente la tentative de persuasiune.

Persuasiunea pe ruta periferică presupune formarea sau modificarea unei atitudini fără un tratament prea aprofundat al informaţiei prezentate. Autorii plasează sub această titulatură toate schimbările de atitudine obţinute fără elaborarea mesajului persuasiv, aceasta incluzându-le atât pe cele achiziţionate prin condiţionare clasică sau operantă, cât şi pe cele care au la bază identificarea sau tratamentul euristic descris de Chaiken *et al*. Acest tip de tratare a mesajului apare când oamenii nu sunt suficient de motivaţi pentru a trata argumentele într-o manieră aprofundată şi/sau nu dispun de resursele cognitive necesare.

Conform acestui model, un factor important în schimbarea de atitudine priveşte cunoştinţele integrate sau nu pe care persoana le posedă în legătură cu obiectul atitudinii. Cu cât acestea sunt mai structurate, cu atât sunt mai puţin sensibile la persuasiune

1.2.2. Modelul euristic-sistematic

Conform acestui model propus de Chaiken *et al.* în 1987, subiecţii îşi pot forma sau schimba o atitudine tratând mesajul persuasiv într-o manieră *sistematică* sau *euristică*.

Tratarea sistematică este concepută ca şi tratamentul prin ruta centrală prezentat anterior în cadrul modelului probabilităţii de elaborare. Tratamentul euristic este definit ca un mod de tratament al informaţiei mai limitat şi care necesită mai puţin efort decât tratarea sistematică. În acest caz, oamenii îşi centrează atenţia asupra unei părţi a informaţiei disponibile care le permite utilizarea unor reguli inferenţiale simple, a schemelor sau a euristicilor cognitive pentru a formula judecăţi. Potrivit autorilor acestui model, oamenii utilizează mai curând tratamentul euristic pentru a ajunge la o atitudine validă cu minimum de efort cognitiv. Doar atunci când nu sunt siguri de judecăţile lor oamenii apelează la tratamentul sistematic. Acest proces se numeşte „principiu de suficienţă". O diferenţă importantă faţă de modelul anterior constă în faptul că ruta periferică şi cea centrală sunt mutual exclusive, pe când tratamentul euristic şi cel sistematic se pot completa reciproc.

1.3. *Rezistenţa la persuasiune*

Există mai multe moduri şi modele ale rezistenţei la persuasiune. Rezistenţa la persuasiune se referă la diferitele modalităţi prin care putem preveni efectele influenţei mesajelor persuasive ; acestea pot fi strategii preventive, altele sunt aplicate după tentativa de persuadare, iar altele pot acţiona şi înainte, şi după prezentarea mesajului persuasiv. Cele mai cunoscute mecanisme de acest tip sunt : *inocularea*, *doparea* şi *expunerea selectivă*.

Unul dintre acestea a fost propus de Mc Guire (1964), care l-a denumit în mod analog cu rezistenţa la o boală – *teoria inoculării*. El a dezvoltat ideea preluată din medicină conform căreia pentru a apăra organismul împotriva unui virus şi pentru a-l face imun la virusul respectiv, se poate injecta o cantitate mică dintr-un virus similar, dar care nu este destul de puternic pentru a îmbolnăvi organismul. În mod analog, se poate stimula rezistenţa la persuasiune prin a prezenta unei persoane, în avans, într-o formă mai atenuată, câteva dintre argumentele la care urmează să fie expusă.

În cadrul aceleiaşi teorii, o altă strategie ar fi „doparea", la fel cum am face o cură de vitamine pentru întărirea organismului. Această strategie – numită şi de susţinere – constă în a-i furniza persoanei contraargumente pe care să le poată utiliza împotriva argumentelor care îi vor fi expuse cu scopul de a o persuada.

Diferite cercetări au arătat că dintre aceste două strategii, cea prin inoculare este mai eficientă decât cea de susţinere. De asemenea, subiecţii au fost expuşi diferitelor tipuri de inoculare ; într-un caz li se ofereau aceleaşi argumente şi atunci când erau „inoculaţi", şi în faza de „atac", iar în alt caz, în cele două etape erau prezentate argumente diferite – adică în faza de atac se prezentau argumente noi –, care nu erau cele cunoscute şi respinse în faza de inoculare.

Aceasta dovedeşte că fenomenul inoculării este de fapt un mecanism care-i face pe subiecţi să devină conştienţi de vulnerabilitatea credinţelor lor şi de necesitatea de a le apăra.

Alţi cercetători au studiat influenţa unui alt factor în rezistenţa la persuasiune. Ei au dorit să ştie dacă participarea sau neparticiparea subiecţilor la apărarea credinţelor lor are importanţă în cazul schimbării acestora. Rezultatele au arătat că implicarea subiecţilor (apărare activă prin generarea de către subiecţi a argumentelor în favoarea credinţelor lor) are un efect important, mai ales când subiectul trece prin faza de inoculare şi când în faza de atac este expus unor argumente diferite. Această apărare activă protejează individul împotriva argumentelor pentru care nu a fost imunizat.

Aşa cum am prezentat lucrurile până acum, am putea crede că suntem neputincioşi în faţa unor tentative de persuasiune cu care suntem uneori bombardaţi chiar fără să ne dăm seama. În realitate, aşa cum psihanaliza descria mecanismele de apărare ale eului, suntem şi noi capabili să dezvoltăm, conştient sau nu, mecanisme sau strategii de a rezista la persuasiune.

Unele dintre aceste strategii sunt preventive, altele sunt aplicate după tentativa de persuadare, iar altele pot acţiona şi înainte, şi după prezentarea mesajului persuasiv.

Una dintre aceste strategii preventive este expunerea selectivă. Fenomenul se referă la faptul că, în general, mai ales în comunităţi închise conservatoare, indivizii tind să evite, conştient sau nu, expunerea la informaţii care vin în contradicţie cu ideile sau convingerile lor. Acest fenomen se poate manifesta sub trei forme: deprecierea credibilităţii sursei, distorsionarea mesajului sau, într-o formă mai extremă, respingerea în bloc. În primul caz, sursa este privită ca nefiind de încredere sau urmărind interese ascunse; când sursa nu este depreciată, se poate recurge la distorsionarea mesajului, în sensul că receptorul reţine doar acele informaţii care corespund convingerilor sale, practic întărindu-i astfel şi mai mult credinţa; este ca şi cum celelalte argumente nici nu ar fi auzite. De cele mai multe ori însă, oamenii adoptă o strategie mai comodă: respingerea în bloc a argumentelor („Nici nu vreau să aud!", „Orice ar spune, nu mă convinge" etc.).

Atunci când mesajul trece de aceste „filtre" şi ajunge totuşi la receptor, acesta este predispus să emită – implicit sau explicit – contraargumente. Mc Guire (1964) a emis ipoteza că rezistenţa la schimbare poate creşte dacă receptorului i se „inoculează" contraargumente sau „doze mici" din argumentele emiţătorului. Autorul a plecat de la analogia cu bolile contagioase (vezi mesajele persuasive), care pot fi preîntâmpinate în două feluri.

2. Autopersuasiunea

Suntem obişnuiţi să credem că atitudinile determină comportamentul şi că de obicei atitudinile se schimbă ca urmare a asimilării unor mesaje persuasive. Cercetările în domeniul psihologiei sociale arată că relaţia atitudine-comportament este una dinamică şi biunivocă. A te angaja în efectuarea unui comportament care contravine atitudinii iniţiale poate, foarte probabil, să ducă la schimbarea atitudinii către una concordantă cu acel comportament (se spune că atunci când spunem un lucru neadevărat de mai multe ori pentru a-i convinge pe alţii, sfârşim prin a fi convinşi noi înşine). Unul dintre teoreticienii care au utilizat această abordare este Irving Janis (1954).

El a numit această modalitate de schimbare a atitudinilor *joc de rol* (*role playing*), iar strategia corespunzătoare, *autopersuasiune*; el susține că jocul de rol este mai eficient în schimbarea atitudinilor decât clasica abordare persuasivă.

Autopersuasiunea este un fenomen ce constă din mai multe procese prin care oamenii își pot schimba atitudinile ca urmare a propriilor acțiuni (vezi și Tesser, 1978).

Disonanța cognitivă

O altă teorie care abordează relația atitudine – comportament plecând de la veriga comportamentală este teoria disonanței cognitive. Aceasta a fost dezvoltată de Festinger (1957) plecând de la teoria consistenței cognitive a lui Abelson și de la contradicția acestei teorii cu iraționalitatea comportamentului uman. *Consistența cognitivă este o stare psihologică în care cognițiile, atitudinile și comportamentele unei persoane sunt compatibile între ele.*

Festinger susține că atunci când această motivație de a menține consistența cognitivă este prea puternică, se poate ajunge la comportamente iraționale. *Disonanța cognitivă este o stare psihologică neplăcută care apare atunci când oamenii se confruntă cu două cogniții contradictorii.*

Atunci când se confruntă cu o stare de disonanță cognitivă, oamenii adoptă diferite strategii pentru a o minimiza. Una dintre ele poate duce la schimbarea atitudinilor (pentru detalii asupra postulatelor acestei teorii și a modalităților de reducere a disonanței, vezi Doise, Mugny și Deschamps, 1996).

Paradigma clasică a disonanței a fost elaborată în urma unui experiment al lui Festinger și Carlsmith (1959) și a fost denumită *paradigma acordului forțat*. Paradigma disonanței este prin excelență o „teorie a justificării" (efortului, deciziilor dificile, comportamentelor discrepante cu atitudinile etc.), iar schimbarea de atitudine ce survine este prețul plătit acestei nevoi de justificare.

Subiecții experimentului lui Festinger și Carlsmith sunt studenți chemați la laboratorul celor doi cercetători pentru un studiu asupra performanței. Acestora li se înmânează, în prima parte a experimentului, o tablă de lemn având 48 de butoane pătrate încastrate în locașuri pătrate. Subiecții trebuie să învârtă la dreapta și la stânga aceste butoane timp de jumătate de oră. După această lungă și plictisitoare activitate li se dă o altă placă, iar de această dată trebuie să scoată și să pună la loc niște cilindri în orificiile practicate pe acea placă. După o altă jumătate de oră experimentul ia sfârșit. Unei treimi dintre participanți li se spune că experimentul este foarte important și mai interesant decât pare la prima vedere (grupul de control). Altor două treimi li se spune că acest experiment urmărește să studieze și efectele motivației asupra performanței și că următorii subiecți care vor participa trebuie să fie convinși că experimentul este interesant și amuzant înainte de a intra în sală. Cum complicele care trebuia să facă acest lucru nu a venit, subiecților li se propunea să facă ei asta în schimbul unei sume care pentru unii era de 1 dolar, iar pentru alții 20 de dolari. Toți acceptă să facă acest lucru. Iată-i deveniți complici în sala de așteptare și convingând un coleg (adevăratul complice) că experimentul insipid la care tocmai au participat este amuzant. Ce vor crede subiecţii despre experimentul iniţial? După ieşirea din sala de experiment sigur îl consideră plicticos. Dar după convingerea colegului şi primirea plăţii pentru serviciile făcute?

Teoria disonanţei cognitive este una dintre cele mai bine reprezentate teorii ale schimbării de atitudine în planul cercetărilor empirice, dar şi al modelelor şi explicaţiilor alternative, şi al criticilor. Dincolo de toate acestea, teoria a pus în evidenţă importanţa componentei comportamentale a atitudinilor, unitatea atitudinilor manifestată prin nevoia de consistenţă şi a dat un impuls nou cercetărilor în domeniul relaţiei dintre atitudine şi comportament.

Am văzut în acest capitol cum se formează atitudinile, care este structura şi care sunt funcţiile lor şi cum pot fi schimbate atitudinile. Teoriile şi diferitele conceptualizări care au apărut în acest domeniu sunt printre cele mai numeroase în domeniul psihologiei sociale, atitudinile fiind unul dintre cele mai vechi concepte studiate de cercetătorii din acest domeniu, dar şi din domenii conexe cum ar fi sociologia, antropologia sau psihofiziologia.

REZUMAT

- Atitudinea este o dispoziţie internă a individului care subîntinde percepţia sa şi reacţiile sale faţă de un obiect sau un stimul. Este un concept complex structurat şi o parte importantă a personalităţii care îndeplineşte funcţii importante în relaţia individ-anturaj.
- Cele mai cunoscute metode de măsurare a atitudinilor sunt metodele directe, concretizate într-o serie de tipuri de scale, în timp ce metodele indirecte sunt mai puţin utilizate, deoarece sunt greu de cuantificat şi aplicat.
- Schimbarea de atitudine este un proces care poate fi privit din două perspective: de la exterior (comportament) către interior (schimbarea atitudinii) prin autopersuasiune sau de la interior (schimbarea atitudinii) către exterior (comportament) prin persuasiune.

Întrebări şi teme de reflecţie

1. Alcătuiţi o schemă în care să cuprindeţi conceptele de atitudine, opinie, credinţă, motivaţie, comportament, ţinând cont de relaţiile dintre ele. Descrieţi şi argumentaţi modul de alcătuire a acestei scheme.
2. Scrieţi pe o foaie primele 5 cuvinte care vă vin în minte. Care dintre acestea pot constitui un obiect al atitudinii? Menţionaţi pentru fiecare ce proprietăţi ale atitudinilor sunt mai pregnante sau mai importante şi de ce. Alcătuiţi pentru ansamblul dat un tabel de evaluare cu ranguri pentru fiecare dintre aceste proprietăţi. Ce posibili factori influenţează importanţa uneia sau alteia dintre proprietăţi?

3. Care dintre funcţiile atitudinilor vi se pare cea mai importantă ? Dar cea mai frecvent utilizată ? De ce ? Ce alte teorii/curente din alte discipline psihologice pot interveni în explicarea modului în care sunt exercitate aceste funcţii ? Daţi exemple pentru fiecare.
4. Care sunt avantajele şi dezavantajele modelelor unidimensional şi multidimensional de structurare a atitudinilor ? Care ar putea fi relaţia dintre ele ? Argumentaţi.
5. Arătaţi care sunt avantajele şi limitele metodelor de măsurare a atitudinilor prezentate mai sus. Care dintre componentele modelului tridimensional sunt mai bine măsurate şi care mai puţin prin aceste metode ? Cum ar putea fi ele îmbunătăţite sau ce s-ar putea adăuga ca metodă ?
6. Comparaţi modelul probabilităţii de elaborare şi modelul euristic-sistematic.
7. Daţi exemple de situaţii în care apare fenomenul rezistenţei la persuasiune şi arătaţi în ce mod intervin strategiile de rezistenţă în fiecare dintre situaţii.
8. Daţi exemple de situaţii în care apare disonanţa cognitivă pentru toate paradigmele experimentale care au descris acest fenomen, utilizând sursa bibliografică indicată în curs.

Lecturi recomandate

Allport, G.W. (1981). *Structura şi dezvoltarea personalităţii*. Bucureşti : Editura Didactică şi Pedagogică.

Boncu, Şt. (1999). *Psihologie şi societate*. Iaşi : Erota.

Brehm, S.S. ; Kassin, S.M. (1990). *Social Psychology*. Boston : Houghton Mifflin Company.

Doise, W. ; Mugny, G. ; Deschamps, J.C. (1996). *Psihologie socială experimentală*. Iaşi : Polirom.

Kapferer, J.N. (1999). *Căile persuasiunii*. Bucureşti : INI.

Mărginean, I. (1982). *Măsura în sociologie*. Bucureşti : Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică.

Neculau, A. (ed.) (1996). *Psihologie socială. Aspecte contemporane*. Iaşi : Polirom.

Radu, I. ; Iluţ, P. ; Matei, L. (1994). *Psihologie socială*. Cluj-Napoca : Editura EXE.

Bibliografie

Allport, G.W. (1935). Attitudes. În C. Murchison (ed.). *The Handbook of Social Psychology*. Worchester, MA : Clark University Press, 798-844.

Bem, D.J. (1967). Self perception : an alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena. *Psychological Review*, 74 (3), 183-200.

Bogardus, E.S. (1933). A social distance scale. *Sociology and Social Research*, 17, 265-271.

Bornstein, R.E. (1993). Mere exposure effect with outgroup stimuli. În D.M. Mackie, D.L. Hamilton (eds.). *Affect, Cognition and Stereotyping : Interactive Processes in Group Perception*. San Diego, CA : Academic Press Inc, 195-211.

Chaiken, S. (1987). The heuristic model of persuasion. În M.P. Zanna, J.M. Olson, C.P. Herman (eds.). *Social Influence : The Ontario Symposium* (vol. 5). Hillsdale, NJ : Erlbaum, 3-34.

Chaiken, S. ; Eagly, A.H. (1983). Communication modality as a determinant of persuasion : The role of communicator salience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45 (2), 241-256.

Corneille, O. (1992). Le modèle de probabilité d'elaboration : une necessaire mise au point. *Cahiers Internationales de Psychologie Sociale*, 16, 42-62.

Doise, W. ; Mugny, G. ; Deschamps, J.C. (1996). *Psihologie socială experimentală*. Iaşi: Polirom.

Eagly, A.H. ; Chaiken, S. (1975). An attribution analysis of communicator chararcteristics on opinion change : The case of communicator attractivenes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32 (1), 136-144.

Eagly, A.H. ; Wood, W. ; Chaiken, S. (1978). Causal inferences about communicators and their effect on opinion change. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36 (4), 424-435.

Festinger, L. (1957). *Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA : Stanford University Press.

Festinger, L. ; Carlsmith, J.M. (1959). Cognitive consequences of forced compliance. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 58, 203-210.

Heilman, M.E. (1976). Oppositional behavior as a function of influence attempt intensity and retaliation threat. *Journal of Personality and Social Psychology*, 33 (5), 574-578.

Hovland, C.I. ; Janis, I.L. ; Kelley, H.H. (1953). *Communication and Persuasion. Psychological Studies of Opinion Change*, New Haven, CT: Yale University Press.

Hovland, C.I. ; Rosenberg, M.J. (eds.) (1960). *Attitude Organisation and Change*. New Haven, CT: Yale University Press.

Insko, C.A. (1967). *Theories of Attitude Change*. New York : Appleton-Century-Crofts.

Janis, I.L. ; King, B.T. (1954). The influence of role playing on opinion change. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 49, 211-218.

Jones, E.E. ; Sigall, H. (1971). The bogus pipeline : A new paradigm for measuring affect and attitude. *Psychological Bulletin*, 76 (5), 349-364.

Katz, D. (1960). The functional approach to the study od attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24 (2), 163-204.

Likert, R. (1932). *A Technique for the Measurement of Attitude*. Chicago : University of Chicago Press.

Mandler, G. ; Nakamura, Y. ; Van Zandy, B.J.S. (1987). Non specific effects of exposure on stimuli that cannot be recognized. *Journal of Experimental Psychology : Learning, Memory and Cognition*, 13, 646-648.

Mc Guire, W.J. (1964). Inducing resistance to persuasion. În L. Berkowitz (ed.). *Advances in Experimental Social Psychology* (vol. 1), 191-229.

Olson, J.M. ; Zanna, M.P. (1993). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, 44, 117-154.

Osgood, C.E. ; Suci, G.J. ; Tennenbaum, P.H. (1957). *The Measurement of Meaning*. Urbana, IL : University of Illinois Press.

Petty, R.E. ; Cacioppo, J.T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of persuasion. În L. Berkowitz (ed.). *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 124-205.

Rosenberg, M.J. ; Hovland, C.I. (1960). Cognitive, affective and behavioral components of attitudes. În C.I. Hovland, M.J. Rosenberg (eds.). *Attitude Organisation and Change*. New Haven, CT: Yale University Press, 1-14.

Scott, M.P. ; Burton, R.V. ; Yarrow, M.R. (1917). Social reinforcement under natural conditions. *Child Development*, 38 (1), 53-63.

Staats, A.W. ; Staats, C.K. (1958). Attitudes established by conditioning. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 57, 37-40.

Tesser, A. (1978). Self-generated attitude change. În L. Berkowitz (ed.). *Advances in Experimental Social Psychology* (vol. 11). San Diego, CA : Academic Press, 289-338.

Thurstone, L.L. (1931). The measurement of social attitudes. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 26, 249-269.

Thurstone, L.L. ; Chave, E.J. (1929). *The Measurement of Attitude*. Chicago : University of Chicago Press.

Zajonc, R.B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 1-27.

Concepte-cheie

Atitudine – stare mentală şi neuropsihologică de pregătire a răspunsului, organizată prin experienţă de către subiect, exercitând o influenţă directivă sau dinamică asupra răspunsului său faţă de toate obiectele şi toate situaţiile la care se raportează.

Autopersuasiune – fenomen constând din mai multe procese prin care oamenii îşi pot schimba atitudinile ca urmare a propriilor lor acţiuni.

Disonanţă cognitivă – stare psihologică neplăcută care apare atunci când oamenii se confruntă cu două cogniţii contradictorii.

Modelul comunicării – când trebuie să analizăm o comunicare, ne întrebăm cine, ce, cui şi cum spune. Se poate astfel descrie comunicarea printr-o schemă în care se face distincţia între *sursă*, *mesaj*, *canal de comunicare* şi *receptor*.

Modelul euristic-sistematic – subiecţii îşi pot forma sau schimba o atitudine tratând mesajul persuasiv într-o manieră *sistematică* sau *euristică*.
Tratarea sistematică este concepută ca şi tratamentul prin ruta centrală prezentat în cadrul modelului probabilităţii de elaborare. Tratamentul euristic este definit ca un mod de tratament al informaţiei mai limitat şi care necesită mai puţin efort decât tratarea sistematică.

Modelul probabilităţii de elaborare – conform acestui model, se poate ajunge la formarea unei atitudini valide pe două căi : *ruta centrală* şi cea *periferică*.
Persuasiunea care se realizează prin ruta centrală presupune adoptarea unei atitudini care rezultă dintr-un examen atent al argumentelor disponibile pro sau contra unei poziţii. Persuasiunea pe ruta periferică presupune formarea sau modificarea unei atitudini fără un tratament prea aprofundat al informaţiei prezentate. Autorii plasează sub această titulatură toate schimbările de atitudine obţinute fără elaborarea mesajului persuasiv, aceasta incluzându-le atât pe cele achiziţionate prin condiţionare clasică sau operantă, cât şi pe cele care au la bază identificarea.

Modelul tridimensional – este cel mai cunoscut şi a fost propus de Rosenberg şi Hovland (1960). Acest model este important deoarece precizează natura răspunsurilor individului faţă de obiectele de atitudine. Se disting trei tipuri de răspunsuri : cognitive, afective şi comportamentale, care variază într-o manieră consistentă (adică în acelaşi sens) de-a lungul unui continuum evaluativ.

Persuasiune – un act de comunicare având ca scop modificarea setului mental al individului (Corneille, 1992).

Rezistență la persuasiune – se referă la diferitele modalități prin care putem preve efectele influenței mesajelor persuasive; acestea pot fi strategii preventive altele sunt aplicate după tentativa de persuadare, iar altele pot acționa ș înainte, și după prezentarea mesajului persuasiv. Cele mai cunoscute mecanisme de acest tip sunt: inocularea, doparea și expunerea selectivă.

Secţiunea a III-a

RELAŢII ŞI PROCESE INTERPERSONALE

- **Relaţii intime**
- **Agresivitatea**
- **Comportament prosocial**

Relaţii intime

Petru Iluţ

PREFAŢĂ

În acest capitol se analizează principalele probleme ce vizează prietenia şi dragostea şi cele strâns legate de acestea, cum sunt singurătatea, simpatia şi sexualitatea premaritală. Întrucât e vorba de realităţi psihosociale atât de complexe şi delicate, nu am insistat asupra unor definiţii de tipul logicii clasice (gen proxim şi diferenţă specifică), ci asupra taxonomiilor, caracteristicilor şi diferenţelor interconceptuale. Am lăsat deliberat un spaţiu de deschidere a problematicii, invitând cititorii, în speţă studenţii, la reflecţii prin fructificarea propriilor experienţe. De altfel, textul cuprinde, alături de teorii şi explicaţii de factură ştiinţifică, şi constatări ale felului în care oamenii obişnuiţi conceptualizează dragostea şi fenomenele adiacente ei. De aceea sunt inserate şi date statistice rezultate din anchete sociologice.

Aţi simţit vreodată că fără fiinţa iubită n-aţi putea trăi? Vi s-a întâmplat să nu vă puteţi lua nici o clipă gândurile de la iubit (iubită), să aveţi din această cauză insomnii şi să invocaţi orice pentru a fi mereu împreună cu el (ea)? Parcă picioarele mergeau singure înspre persoana dorită, nimeni şi nimic nu le putea opri, nu-i aşa? Aţi trăit experienţa dragostei ca pe un ciudat, dar irezistibil amestec de exaltare şi durere, nelinişte şi seninătate, altruism şi gelozie, idealizare şi romantism? O mare parte a bărbaţilor şi femeilor acestei planete ar răspunde „da" la aceste întrebări, la mulţi dintre ei, iubirea pasională – căci despre ea este vorba – fiind precedată de dragostea la prima vedere. Sau poate că dumneavoastră v-aţi înscris de la început pe făgaşul unei iubiri mai raţionale, bazată pe deplină încredere şi afectivitate mutuală, unde partenerul îţi este şi un bun prieten? Sau probabil că nu v-aţi dezvăluit niciodată sentimentele faţă de o anume persoană care vă plăcea mult şi o preţuiaţi. Dar, în fond, iubirea e tot una cu a-ţi plăcea de cineva?

În tot cazul, într-o formă sau alta, de multe ori cu profunda convingere că iubirea lor a fost unică în conţinut şi expresie, majoritatea oamenilor au trăit, trăiesc sau vor trăi complexul, dar sublimul sentiment şi raport de dragoste. Psihologia socială încearcă să ofere răspunsuri pertinente la întrebări de genul ce este iubirea, care sunt tipurile ei, cum ajungem să ne îndrăgostim, uneori subit, şi după ce scenarii se desfăşoară relaţia de iubire. Ea depăşeşte, prin cercetări sistematice, consideraţiile bunului-simţ pe această temă şi dă rigoare ştiinţifică observaţiilor şi analizelor filosofico-literare care până acum câteva decenii au deţinut monopolul acestui domeniu. Psihologia socială nu se opune aşadar abordării reflexiv-fenomenologice a iubirii – dimpotrivă, se raportează la ea ca la un rezervor de subtile sugestii, dar dezvoltă, de câteva decenii încoace, propriile ipoteze şi teorii. În efortul ei de a da răspunsuri cât mai substanţiale şi competente la multiplele întrebări legate de conţinutul şi procesualitatea dragostei, ea înglobează şi date din biologie, din sociologie şi din alte discipline. Datele statistice (sociologice) arată, de pildă, că în ciuda credinţei multora că dragostea adevărată nu are nici o constrângere, că doar persoana în sine contează, alegerile în prietenii şi iubiri se fac, până la urmă, după criterii de statut social. Apoi, răspunsuri legate de întrebarea de ce se îndrăgostesc fiinţele umane vin şi din partea abordării bio-evolutive de reproducere (sociobiologice). Se pare că o direcţie fertilă de investigaţie este şi psihoneuroendocrinologia, care începe să aducă dovezi concrete că expresia „dragostea *is chemistry*” are acoperire punctuală. În sensul că atractivitatea personală – şi de aici relaţiile de iubire (şi prietenie) sau lipsa lor (singurătatea) – sunt condiţionate şi de o comunicare şi selectivitate biochimică.

Prietenia şi dragostea au un statut aparte în multitudinea relaţiilor interumane. Ele sunt singurele bazate exclusiv pe liberă alegere şi afectivitate, adică nu stau sub semnul constrângerilor sociale. Nu stau direct, analizele anterioare relevând câţiva factori restrictivi ce intervin: proximitatea spaţială (familiaritatea), aparenţa personală, similaritatea psihosocială. Acţiunea lor nu este însă conştientizată ca limitare în alegeri şi, oricum, o dată înfiripate, indiferent în ce împrejurări exterioare, prieteniile şi iubirile sunt trăite şi asumate ca realităţi umane cu adevărat construite prin interacţiunea celor doi, fiind ceva intim, neconvenţional, dependent doar de cei în cauză: nu ne alegem părinţii, fraţii, colegii de muncă sau de şcoală, în schimb ne alegem prietenii şi partenerii de dragoste.

1. Prietenia şi singurătatea

Prietenia poate fi considerată relaţia psihosocială de durată dintre două fiinţe umane, rezultat al alegerii libere şi bazate pe afecţiune, încredere şi preţuire mutuală. Caracteristicile esenţiale ale prieteniei sunt:

- Relaţia de prietenie are în centrul ei *afectivitatea şi preţuirea reciprocă*, bucuria, plăcerea şi entuziasmul partenerilor de a fi împreună. Adevăraţii prieteni se caută mereu. Prietenia este o relaţie autentică între două persoane egale, fiinţe umane unice, dincolo de condiţia socială sau de altă natură. În prietenie nu contează cine eşti, ci ce eşti.
- Prietenia reprezintă o *relaţie de durată*, simpatiile şi „simţitul bine” ocazionale, pasagere, chiar intense, neputând fi cuprinse în această categorie. „De durată”

are, bineînţeles, valoare cantitativă foarte diferită, de la luni la ani de zile, multe prietenii – mai cu seamă între partenerii de acelaşi sex – însoţindu-i pe cei doi toată viaţa. În mod obişnuit însă, datorită împrejurărilor de viaţă neprielnice, dintre care depărtarea spaţială e crucială, unele prietenii se sting şi apar altele noi.

Încrederea reciprocă a fost răspunsul cel mai frecvent la întrebarea: „Ce consideraţi mai important în prietenie?" pusă publicului american (Bell, 1989). În prietenie nu se admite lipsa de fidelitate, disimularea şi înşelarea.

Acordarea de sprijin material şi sufletesc reciproc, susţinere şi apărare mutuală. Prietenii sunt înclinaţi să facă cât mai mult unul pentru celălalt. În prietenia veritabilă nu are ce căuta egoismul, calculul rece de tipul: „Cât îmi dă, atâta îi dau şi eu". Dar, deşi interesul strict personal nu este implicat în fiecare gest faţă de partener, pe termen mediu şi lung, fără reciprocitate în oferirea de bunuri şi servicii materiale şi simbolice, prietenia nu va rezista.

Întemeiată în cel mai înalt grad pe liberul consimţământ şi neforţată prin nici o instituţie formală, prietenia nu este ferită de *tensiuni şi conflicte*. De cele mai multe ori ele se depăşesc însă, potrivit principiului că, funcţionând ca fundal similaritatea axiologică, partenerii îşi *respectă reciproc* interesele, gusturile, opţiunile şi opiniile personale. Şi, mai mult, prietenii sunt dispuşi să-şi *ierte greşelile*, iertând nu compătimitor şi dispensional, ci cu înţelegerea minţii şi a sufletului că celălalt este unic şi nu a făcut ceva din răutate. Aceasta nu înseamnă că partenerii acceptă orice fel de comportamente unul din partea celuilalt. Prieteniile se pot nu numai stinge treptat, ci şi întrerupe brusc, din motive de incompatibilitate.

O linie de forţă după care se diferenţiază forma şi conţinutul prieteniei este legată de factorul *vârstă*, evidenţiindu-se, ca o tendinţă semnificativă, creşterea gradului de intimitate şi stabilitate de la copilărie la maturitate. O temă viu disputată la nivelul simţului comun este în ce măsură prieteniile *intersexe* (între bărbaţi şi femei) pot rămâne la acest statut şi nu se transformă, aproape cu necesitate, în dragoste şi sex. Investigaţii elaborate denotă că acest lucru se întâmplă frecvent, dar nici pe departe la cotele prezumate de reprezentările cotidiene (Bell, 1989).

Negativul – dar nu perfect – al prieteniei este *singurătatea*. Nu e vorba de separarea fizică de semenii tăi, de-a fi singur spaţial (*alone* în engleză), ci de singurătatea ca trăire (*loneliness*). Poţi fi singur acasă şi să nu te simţi însingurat, după cum poţi avea sentimentul singurătăţii în mijlocul unei mulţimi. Singurătatea s-ar defini operaţional ca raportul defavorabil dintre cantitatea şi calitatea relaţiilor interpersonale reale şi cele dorite de individul respectiv. Ea survine atunci când numărul interacţiunilor sistematice cu ceilalţi este prea mic şi/sau nu îndeajuns de profund şi consistent în comparaţie cu aspiraţiile. Starea de singurătate este asociată cu afecte negative ca depresia, anxietatea, insatisfacţia, nefericirea, timiditatea şi, uneori, grava suferinţă fizică. Se face distincţie între *singurătatea temporară*, circumstanţială, şi *cea cronică*, structurală.

Prima este dată de împrejurări de viaţă cum ar fi absolvirea unei şcoli şi intrarea în alta, mutarea într-un alt oraş, schimbarea locului de muncă, boală şi spitalizare, pierderea unor persoane apropiate. O perioadă de timp te poţi confrunta, în asemenea împrejurări, cu sentimentul singurătăţii, însă în mod tipic oamenii îşi găsesc pe urmă prieteni şi se integrează în colectivităţi.

Singurătatea cronică rezultă din *inabilitatea de interacţiune şi comunicare socială*, a cărei cauză mulţi psihologi o plasează în deficite de afectivitate şi de stil de ataşament din copilărie. Lipsa de preocupare faţă de copil, incertitudinile, contradicţiile sau agresivităţile din partea adulţilor din preajmă constituie premise favorabile pentru ca el să devină o persoană în general singuratică pe parcursul întregii vieţi. Fenomenul se întâmplă întrucât survine cel mai adesea o circularitate cauzală negativă: copilul şi apoi tânărul, fiind excesiv de prudent, retras ori, dimpotrivă, agresiv, face în aşa fel încât ceilalţi să-l respingă – respingere care, la rândul ei, accentuează reţinerea şi neîncrederea în persoanele întâlnite, care i-ar putea deveni, eventual, prieteni sau camarazi.

Dificultăţile sau potenţialităţile de a comunica interpersonal, de a lega bune cunoştinţe şi prietenii, au, foarte probabil, şi alte cauze decât experienţele din copilărie. E justificat să presupunem şi o componentă genetică. Oricum, indiferent de provenienţa lor, abilităţile de interacţiune socială sunt critice pentru patternul relaţiilor interumane şi sunt însoţite de cogniţii sociale diferite. Studiind succesele şi insuccesele în stabilirea de relaţii interpersonale ale unor studenţi timp de mai multe luni, Langston şi Cantor (1989) au constatat că cei care s-au bucurat de succes au perceput contextele şi „obligaţiile” interpersonale sensibil altfel decât cei fără succes şi au dezvoltat strategii interacţionale diferite. Mai precis, studenţii mai puţin abili social în a stabili relaţii au perceput şi apreciat situaţiile în cauză ca negative şi au răspuns în termeni de anxietate socială, adoptând strategii limitate şi conservatoare, căutând să evite riscul de a fi respinşi. Respectivul comportament a determinat, din partea celorlalţi, formarea de impresii nefavorabile faţă de ei. Dimpotrivă, studenţii care au dovedit capacităţi de interacţiune au văzut in situaţiile date provocări interesante şi prilejuri de a-şi face noi prieteni. Strategiile comportamentale s-au bazat pe deschidere şi transparenţă, ceea ce a condus la reacţii favorabile din partea celorlalţi.

Singurătatea este legată de *vârstă*, dar nu la modul foarte strâns şi nu întotdeauna în sensul stereotipiilor care circulă. Astfel, cercetările demonstrează că, cel puţin în SUA, singurătatea este prezentă mai mult în rândul tinerilor decât al populaţiei vârstnice. Într-o anchetă extinsă, 79% dintre respondenţii sub 18 ani au declarat că s-au simţit uneori sau adesea singuri, 53% dintre cei între 45 şi 54 de ani, şi numai 37% dintre cei de cel puţin 55 de ani (Parlee, 1979). Ca factori explicativi ai acestor diferenţe s-au avansat: ruptura dintre generaţii (*generation gape*); faptul că în perioada adolescenţei şi tinereţii se petrec o serie de mutaţii psihosociale (plecarea la altă şcoală şi în alt oraş, o slujbă permanentă); o mai mare labilitate în prietenii şi iubiri, de unde singurătatea temporară; pe măsură ce indivizii se maturizează şi îmbătrânesc, viaţa lor devine mai stabilă, îşi îmbogăţesc abilităţile sociale şi sunt mai realişti în aşteptările cu privire la relaţiile interpersonale. Un punct nodal şi în ceea ce priveşte cantitatea şi calitatea relaţiilor interpersonale este retragerea din activitate (pensionarea), ceea ce înseamnă aproape automat şi reducerea oportunităţilor de interacţiune socială intensă. Apoi, o situaţie aparte este dată de persoanele care sunt singure şi trăiesc afectiv intens singurătatea nu din cauza deficienţelor de comunicare, ci a unor infirmităţi fizice (vizuale, auditive, locomotorii) sau psihosociale (stigmatizări sexuale, rasiale, etnice, condiţii socioeconomice ori de altă natură).

2. Dragostea (romantică) – diferenţe faţă de prietenie şi simpatie

Analizând acest subiect, literatura de specialitate cuplează substantivul „dragoste" cu adjectivul „romantic", astfel încât eticheta sub care se desfăşoară consideraţiile este, de regulă, *romantic love*, deşi exact cu acelaşi rol semantic este utilizat de multe ori simplul *love*. Nu este exclus ca sintagma *romantic love* să se fi impus pe teritoriul nord-american tocmai pentru a sublinia adaosul de idealizare, sentimentalism – romantism în cele din urmă – ce intervine într-o iubire autentică în comparaţie cu simpla sexualitate sau cu pragmatismul şi raţionalismul în raporturile interumane, fie ele între un bărbat şi o femeie, şi finalizate în căsătorie. În percepţia europeană sau, oricum, în cea din Europa Centrală şi de Est, expresia „*dragoste romantică*" trimite la „dragoste platonică". În accepţiunea americană însă, *romantic love* nu numai că nu exclude relaţiile sexuale, dar de câteva decenii aproape că le presupune cu necesitate. Când spunem aşadar „dragoste romantică" trebuie să înţelegem iubire adevărată, dezinteresată, bazată pe ataşament reciproc, în centrul căreia se află atracţia fizică puternică a unuia faţă de celălalt, deşi, aşa cum se va vedea, dragostea pasională nu este întocmai acelaşi lucru cu dragostea romantică.

Oricum, dincolo de varietatea de conduite subsumabile categoriei „dragoste", ea are o serie de *note comune cu prietenia, dar şi unele diferenţiatoare*. Respectul, încrederea şi preţuirea reciprocă, altruismul, similaritatea axiologică şi alte trăsături ale prieteniei sunt valabile, în mare şi în pondere diferită, şi pentru dragoste. Plusul semnificativ este adus de *intimitatea fizică* a partenerilor de iubire, ce merge de la strângeri de mână, mângâieri etc. până la săruturi „franţuzeşti" şi diverse forme de relaţii sexuale. Tendinţa spre sexualitate face ca şi *reacţiile emoţional-fiziologice* să fie mai puternice, iar acest nucleu sexual-emoţional, în jurul căruia gravitează elementele afectivităţii, nu de puţine ori şi gelozia, determină ca, în comparaţie cu prietenia, care este mai echilibrată, raţională şi aşezată, dragostea să se manifeste mai dinamic, tumultuos, sinusoidal, apărând în general mai pândită de tensiuni şi conflicte.

O problemă care a primit răspunsuri ştiinţifice pertinente a fost aceea a legăturii între *simpatie* („a-ţi plăcea de cineva", „a-l preţui", *liking* în engleză) şi *dragoste*. Este dragostea o formă mai intensă de simpatie şi preţuire, sau reprezintă ceva diferit calitativ, încât e posibil să-l simpatizăm, să ne placă mult de cineva şi să nu-l iubim – şi, invers, să fim îndrăgostiţi „lulea", dar fără ca persoanei respective să-i purtăm o simpatie şi un respect deosebit? În termeni mai tehnici, se pune problema dacă simpatia şi dragostea se înscriu pe acelaşi continuum al atractivităţii – ce ar cuprinde grade diferite de intensitate, de la oarecare simpatie la simpatie puternică, şi, de aici, la dragoste moderată şi apoi la dragoste puternică –, deci dacă există o singură dimensiune, sau dragostea este o altă dimensiune a spaţiului atractivităţii? Studiile complexe ale lui Rubin (1973), care cuprind nu numai date de anchetă şi experimentale, ci şi observaţii pe cupluri de îndrăgostiţi, au demonstrat distinctivitatea celor două dimensiuni – dragostea şi simpatia –, dar şi o substanţială apropiere, statistic constatându-se o corelaţie moderată între scorurile de la Scala Simpatiei şi Scala Dragostei.

Cercetări elaborate extinse au evidenţiat că putem vorbi despre trei componente ale trăirii şi manifestării dragostei şi că subiecţii umani obişnuiţi sunt, în general, conştienţi de existenţa şi conţinutul lor. Prima este cea *cognitiv-atitudinală*, care se referă la gândurile, credinţele, părerile pe care îndrăgostitul le are faţă de partenerul său.

A doua componentă o reprezintă cea *comportamentală*. Dezvăluirea simţămintelor, gândurilor şi disponibilităţilor de acţiune a iubiţilor unul faţă de celălalt este o componentă importantă în consolidarea şi trăinicia dragostei, dar oamenii sunt perfect conştienţi că în afară de peroraţii, contează foarte mult faptele. Iubirea are nevoie şi de semne materiale (tandreţe fizică, a face cadouri, a ajuta efectiv persoana pe care pretinzi că o iubeşti, a o apăra când este cazul etc.) şi non-materiale (a te sfătui cu ea în luarea unor decizii, a te interesa de activităţile ei, a-i respecta opiniile etc.).

În al treilea rând, dragostea, spre deosebire de prietenie şi simpatie, este însoţită şi de *puternice reacţii emoţionale* (simptome fizice şi psihice directe). Literatura beletristică şi filmele descriu în detaliu intensele efecte fiziologice, începând cu accelerarea bătăilor inimii şi transpiraţie până la nopţi nedormite. Investigaţiile au încercat să stabilească ponderea unor atare simptome în lumea îndrăgostiţilor. Kanin *et al.* (1970) au rugat un număr de peste 600 de studenţi ca, pe baza experienţelor personale, să ierarhizeze stările emoţionale pe care le-au trăit în dragostea actuală sau recentă. Pe primul loc s-a detaşat net sentimentul de confort şi bună dispoziţie sufletească (79% dintre respondenţi), pe locul doi, dificultatea de a se concentra (37%), urmate de „plutire în nori” (29%), „îmi venea să alerg, să sar şi să strig” (22%), „agitat, nervos înainte de întâlniri” (22%). Senzaţii fizice puternice cum ar fi mâinile reci, crampe în stomac, furnicături pe şira spinării au fost raportate de 20%, iar insomnii – de 12%.

3. Dragostea pasională şi alte tipuri de dragoste

Dragostea pasională ar putea fi caracterizată comprimat ca o stare emoţională tumultuoasă, „...un amestec confuz de tandreţe şi atracţie sexuală, exaltare şi durere, anxietate şi destindere, altruism şi gelozie” (Berscheid şi Walster, 1978, p. 177). Ea înseamnă propensiunea irezistibilă către persoana iubită, astfel încât factorul afectiv-emoţional copleşeşte raţiunea, reacţiile comportamentale scăpând, în însemnată măsură, de sub controlul lucidităţii. Dragostea este oarbă, idealizarea celuilalt maximă, eventualele lui defecte sunt convertite în calităţi, febrilitatea emoţională e de nestăpânit, orice se justifică pentru a fi împreună, ultimul argument fiind chiar „pur şi simplu nu mă pot opri, nu rezist”. Este prezentă nevoia intensă de a fi iubit aşa cum şi tu iubeşti şi, în acelaşi timp, teama obsesivă ca nu cumva relaţia să se termine.

Pentru simţul comun, faptul că oamenii se îndrăgostesc apare ca un lucru firesc şi este luat mai degrabă ca o variabilă independentă în explicarea unor comportamente cum ar fi neglijarea sau părăsirea familiei ori insuccesele şcolare şi profesionale. La fel se întâmplă şi în discursurile ştiinţifice, dar aici s-a pus cu seriozitate şi întrebarea cum de ajungem să ne îndrăgostim, uneori atât de pe neaşteptate şi atât de pasional? S-au schiţat şi răspunsuri credibile, redate de Baron *et al.* (1998) astfel:

Pornind de la constatarea că, în ciuda diverselor forme de manifestare în funcţie de contexte culturale şi istorice diferite, subzistă unele constante fundamentale (de pildă, atractivitate sexuală şi preocuparea faţă de celălalt) care fac ca dragostea să apară drept un fenomen universal, se prezumă valoarea ei *bio-evolutivă* de reproducere. Raţionamentul prezentat ar fi următorul: perechile bărbat – femeie care, pe lângă simplele raporturi sexuale, au practicat şi grija unuia faţă de celălalt şi faţă de odraslele lor, adică au dezvoltat afecţiune şi încredere reciprocă, au căutat să fie pe cât posibil împreună şi să aibă relaţii stabile, beneficiind astfel de şanse mai mari de supravieţuire. Ele au asigurat în mai mare măsură, în principal prin diviziunea muncii (bărbaţii – procurarea de hrană, în speţă, vânători; femeile – îngrijirea celor mici), creşterea copiilor, astfel încât şi aceştia să ajungă la reproducţie. În acest fel, perechile avide de sex, dar practicând şi corolarele lui psihoemotive, au avut mai mari şanse să-şi transmită genele urmaşilor decât cele care nu au dispus concomitent de cele două caracteristici (raporturi sexuale intense şi relaţii interpersonale apropiate şi de durată). Prin selecţie naturală s-a ajuns în acest mod ca fiinţele umane să caute sexualitatea, să se îndrăgostească şi să fie grijulii cu copiii lor.

Chiar dacă respectivul scenariu evolutiv s-ar dovedi adevărat, apare limpede că o dată cu cristalizarea unor civilizaţii, factorii culturali, dintre care practicile şi credinţele religioase şi, mai apoi, legile, au accentuat sau estompat tendinţele biogenetice şi le-au dat conţinut specific. Hatfield şi Walster (1981) cred că cei mai mulţi dintre oameni se îndrăgostesc atunci când sunt îndeplinite următoarele trei condiţii (vezi şi Radu, 1994): 1) expunerea la imagini şi modele despre cum arată dragostea adevărată, ceea ce se întâmplă începând din copilărie – „Albă ca Zăpada” –, îndeosebi prin mass-media. În interacţiunea cu efectele mediatice, socializarea în familie, observarea şi interpretarea experienţei celorlalţi, într-un cuvânt, învăţarea socială conduce la un construct cognitiv al dragostei, mai mult sau mai puţin personal. Reprezentarea despre ce înseamnă iubirea şi cum ar trebui să arate persoana de care merită să te îndrăgosteşti generează un fel de expectanţă pentru „când va fi întâlnit omul potrivit”; 2) aşteptarea mentală se materializează în momentul în care întâlneşti persoana considerată ca fiind potrivită, asupra ei revărsându-se reprezentarea formată, al cărei conţinut e destul de ferm circumscris sociocultural (o anume vârstă, religie, înfăţişare etc.); 3) nu putem vorbi de experienţa unei iubiri veritabile în afara procesului emoţional, cu tot cortegiul lui de manifestări fiziologice şi comportamentale (modificări fiziologice interne, schimbul de priviri, limbajul corporal, tandreţea fizică). Tabloul de activare psiho-fiziologică poate reprezenta, ca relaţie cauzală, consecinţa îndrăgostirii, dar, în anumite împrejurări, atunci când eşti predispus la a te îndrăgosti, orice sursă de activare – fizică, frustrare, excitare sexuală şi altele – este interpretabilă ca indiciu al faptului că te-ai îndrăgostit.

Suntem aici pe terenul vizat de teoria atribuirii eronate a excitabilității, a activării (*misattribution of arousal*). Cercetări experimentale au arătat că în situația de excitabilitate, activare, tensiune nervoasă, dacă oamenii (mai ales tineri) au în preajma lor persoane atractive, ei au tendința să interpreteze această stare (de *arousal*) ca efect al „căderii în dragoste". Într-un astfel de studiu (Dutton și Aron, 1974), o femeie atractivă și un bărbat atractiv au intervievat două loturi de bărbați: unii care au trecut un pod lung, suspendat deasupra unei prăpăstii, și alții care au traversat un pod solid, doar la câțiva metri de pământ. Intervievatorii au pus întrebări referitoare la traversare imediat după ce aceasta a avut loc și au oferit subiecților numărul lor de telefon, rugându-i să sune dacă vor să afle ceva în legătură cu rezultatele anchetei. Femeia a primit mult mai multe telefoane decât bărbatul și a primit semnificativ mai multe de la indivizii din contextul de *arousal* (podul era înalt și suspendat).

Probabil că expresia „transfer de excitabilitate (activare)" ar fi mai justificată în explicarea fenomenelor de acest fel, termenul „transfer" fiind mai larg și acoperind două posibile procese – cel al transferului în atribuire, dar și un transfer mental efectiv (pe baza mecanismului clasic al inducției nervoase a excitației). Oricum, o stare psihică ambiguă, încărcată de tensiune și excitație nervoasă, puțin derutantă, duce frecvent la nevoia de fixare pe o persoană. Bineînțeles, experimentele de felul celui redat mai sus ne spun destul de puțin despre factorii importanți în alegerea partenerului de dragoste și mai cu seamă a partenerului conjugal. Dar povestea cu podul poate fi luată ca o metaforă pentru nu puținele cazuri de viață în care, după încercări grele (inclusiv sentimentale), oamenii au pornirea de a se atașa repede și intens de cel (cea) care îi iese în cale, „la capătul podului".

Iubirea pasională – care ar putea fi considerată și o formă accentuată a dragostei romantice – nu este singura modalitate a felului în care se consumă relațiile de dragoste dintre doi parteneri. Mai pot fi decelate și alte forme:

Dragostea companională, în care partenerul îți este prieten, companion, „tovarăș de viață", cum se mai spune, se manifestă ca o relație mai așezată, rațională, practică, bazată pe încredere, grijă și susținere reciprocă, pe înțelegerea și tolerarea eventualelor ciudățenii și idiosincrasii, reprezintă o atare formulă, altceva decât iubirea pasională, dar nu opusă ei. Tonul rațional se impune în fața pasiunii necontrolate. Viețile celor doi se împletesc uneori până la o contopire aproape totală. Dragostea cu acest conținut înseamnă relații mai de durată și echilibrate, caracterizând cuplurile stabile (maritale). De altfel, este o observație curentă faptul că, în timp, iubirile pasionale care rezistă sfârșesc de obicei prin a deveni companionale, stridența emoționalului atenuându-se considerabil, în prim-plan situându-se sentimente profunde de prețuire mutuală.

Dragostea pasională și cea companională sunt categoriile cu cea mai mare pregnanță epistemologică, cercetările relevând însă și alte *stiluri de iubire*. Astfel, pe baza aplicării unui chestionar populației americane, pe lângă dragostea pasională (romantică) și cea companională, s-au desprins încă patru modalități mai importante în care subiecții umani obișnuiți definesc dragostea (*apud* Taylor *et al.*, 1994): ***dragostea posesivă***, în care emoțiile sunt intense, unde adesea intervine gelozia, preocuprea excesivă și dependența de partener și, în consecință, frica obsesivă de a nu-l pierde ; *dragostea pragmatică* vizează căutarea partenerului în funcţie de cât de bine crezi că vor funcţiona relaţiile cu cel ales, în ce măsură se satisfac reciproc nevoile bazale, cum se vor putea realiza cei doi mai bine şi mai repede în viaţă ; *dragostea altruistă* presupune grija şi dăruirea necondiţionată faţă de partener, înseamnă a oferi, a înţelege şi ierta fără gândul ascuns de a primi înapoi ceva de la fiinţa iubită ; *jocul de-a dragostea*, în care unuia sau ambilor parteneri le place să fie în jocul dragostei şi să învingă, aproape aşa cum ar juca tenis, şah sau pocher, şi unde nu pot exista relaţii de durată, ele sfârşindu-se când cel cu care te joci doar devine plictisitor sau prea serios.

La tentaţia cititorului de a răspunde întrebării : „Oare experienţele mele trecute ori cea pe care tocmai o trăiesc în care dintre categoriile expuse se încadrează ?" trebuie afirmat prompt că, foarte probabil, în nici una. În primul rând fiindcă sunt tipuri ideale, iar în al doilea rând, ele nu epuizează toate modalităţile de raportare prin dragoste la celălalt. Bunăoară, mai rar astăzi, când libera exprimare în toate domeniile a devenit o valoare socială, în vremuri anterioare, nu de puţine ori *iubirea* rămâne *nedeclarată*, nedezvăluită celuilalt (verbal sau prin alte semnale clare). În prezent, des întâlnită este *dragostea unilaterală, neîmpărtăşită reciproc*. Situaţia este de nedorit, atât pentru cel care iubeşte, cât şi pentru cel care nu răspunde cu aceeaşi monedă la insistenţele aspirantului. Primul deoarece este respins, ceea ce îi afectează grav imaginea de sine, al doilea pentru că, fără să vrea, răneşte destul de adânc pe altcineva. De asemenea, invit cititorul să reflecteze asupra faptului dacă, alături de tipurile menţionate, nu putem vorbi şi despre *dragostea compasională* – cum ar putea fi numită cea în care se iubeşte oarecum din milă, donatorul de grijă şi afecţiune simţind plăcere în a se comporta paternal cu partenerul şi, totodată, a-l vedea pe acesta dependent de el.

De altfel, unii psihologi sociali cred că în locul categorizării iubirilor în mai multe stiluri, cumva abstracte, mai realist şi profitabil ar fi să admitem că dacă operăm cu înţelesul obişnuit al cuvântului „dragoste", el are trei dimensiuni, prezente în proporţii variabile la diferite cupluri. *Modelul triunghiular al dragostei* propus de Sternberg (1988) cuprinde : *intimitatea* – sudura sufletească, preocuparea faţă de bunăstarea şi fericirea partenerului, înţelegerea, respectul şi valorizarea reciprocă ; *pasiunea*, adică aspectele romanţate ale iubirii, atracţia fizică şi intimitatea sexuală ; dimensiunea *decizional-implicaţională*, centrată pe cognitiv, pe felul în care îţi reprezinţi relaţia în cauză, cât de mult te consideri implicat în ea (*commitment*) şi decizia şi hotărârea de a o menţine. Cuplurile care au toate cele trei dimensiuni în echilibru tind să fie mai stabile.

4. Sexualitatea premaritală

Conţinutul şi procesualitatea dragostei au cunoscut mutaţii semnificative de-a lungul timpului pe tot globul pământesc şi cu precădere în cultura euro-americană. E vorba nu atât de apariţia de noi formule de iubire sau elemente inedite ale ei, cât de faptul că s-a produs o *masificare* a unor habitusuri care înainte erau doar apanajul anumitor elite sociale sau reprezentau cazuri izolate, drastic amendate de opinia publică și de aceea consumate, îndeobște, cu grija de a nu se afla despre ele. O asemenea schimbare dramatică s-a produs în domeniul *sexualității premaritale*. Ea a devenit mult mai acceptată în societatea occidentală, în special după deceniul al șaselea al secolului XX, anii '60 fiind considerați anii „revoluției sexuale". Astăzi, o relație serioasă de dragoste este aproape de neînchipuit fără sex. Pe baza unor anchete de teren, Laumann *et al.* (1994) relatează că, în rândul tinerilor adulți americani, numai 5% dintre femei și 2% dintre bărbați au avut pentru prima dată raporturi sexuale în noaptea nunții.

S-au constatat și diferențe bărbat – femeie (*gender*) în atitudinea față de sexualitatea premaritală. Ele se referă nu atât la acceptarea de principiu, cât la condițiile desfășurării ei. În populația studențească nord-americană, băieții declară în mai mare proporție decât fetele că ar face sex cu cineva relativ străin. De asemenea, adolescenții doresc și susțin că au mai multe partenere (sexual) decât adolescentele (Buss și Schmitt, 1993). S-ar putea ca declarațiile respondenților să fie și o chestiune de aderare, mai mult sau mai puțin explicită, la o anume imagine stereotipizată - bărbatul, „mascul", femeia, mai serioasă și selectivă –, dar există argumente, inclusiv de ordin biologic, care conduc la ideea că diferențele de concepție și practică sexuală dintre bărbați și femei sunt reale. În același timp, e adevărat că se poate vorbi despre *sociosexualitate* ca o dimensiune de personalitate, comună și la bărbați, și la femei. Aceasta înseamnă concepția și practica de angajare în relații sexuale, la un pol al ei situându-se indivizii cu orientare sociosexuală nerestrictivă, gata să facă sex fără a se gândi la legături emoționale și sentimentale, iar la celălalt, cei care consideră că relația sexuală trebuie să se bazeze pe apropiere și pe sentimente pozitive reciproce ; ei au o orientare sociosexuală restrictivă.

Diferențe fete – băieți în sociosexualitate

Într-o anchetă desfășurată pe 400 de studenți de la Universitatea „Babeș-Bolyai" din Cluj am găsit diferențe semnificative privitor la orientarea sociosexuală între băieți și fete și între anii de studiu (vârstă). Astfel, în anul I, doar 17% dintre fete declară că au avut o aventură amoroasă, 83% răspunzând „nu", în vreme ce la băieți, 70% spun „da" și 30% „nu". În anii III-IV, pentru fete s-au obținut 50% răspunsuri afirmative și 50% negative, pe când băieții au declarat aproape în unanimitate (98%) că au avut o experiență de acest gen.

În interpretarea răspunsurilor de mai sus ar trebui să ținem seama și de efectul dezirabilității sociale. În dublu sens : ca normă generală (tradițională) de a descuraja libertinajul sexual ; ca dezirabilitate „locală", particulară, a prețuirii comportamentului „macho", avid după senzații tari și cât mai multe și variate prestații sexuale. Diferențele majore dintre anul I și anii terminali – perioadă ce poate fi văzută și ca trecere de la adolescență la tinerețea propriu-zisă –, coroborate și cu răspunsurile la alte întrebări, ne îndreptățesc însă să afirmăm că atitudinile și conduitele sociosexuale reale, și nu doar cele declarative, sunt valid reflectate în răspunsuri. De altminteri, chiar dacă ne-am situa numai pe planul adevărului narativ (ceea ce declară subiecţii), rămâne de interpretat schimbarea pronunţată în configuraţia răspunsurilor în funcţie de sex şi vârstă, vizibilă şi în aprecierea aventurii amoroase : în anul I, 50% dintre fete sunt de părere că e un lucru negativ, 12% pozitiv şi 22% nici pozitiv, nici negativ ; la băieţii din anul I, 20% negativ, 50% pozitiv şi 10% nici pozitiv, nici negativ ; în anii III-IV, pentru aceeaşi ordine a calificativelor, proporţiile la fete sunt de 15%, 25% şi 40%, iar la băieţi, 8%, 90% şi 2%. Itemul „Aţi avut până acum cel puţin o aventură amoroasă ? ", utilizat de noi în anchetă, este relevant pentru sociosexulitate, fapt confirmat şi prin cele mai frecvente caracteristici atribuite „aventurii amoroase" de către subiecţii înşişi : relaţie sexuală de scurtă durată, cu altcineva decât partenerul conjugal, atractivitate şi senzualitate fără sentimente sau obligaţii, frivolităţi, şi altele de acest gen.

Activitatea sexuală premaritală, sociosexualitatea, în general, este *puternic marcată sociocultural*. Schimbări majore, cum ar fi trecerea indivizilor dintr-o cultură în alta, afectează radical şi problema sexuală. De exemplu, studenţii americani de origine chineză manifestă atitudini şi comportamente sexuale mult mai permisive comparativ cu omologii lor din China (Huang şi Uba, 1992). Pe de altă parte, vizibilitatea socială a unor consecinţe nedorite ale liberalizării sexualităţii (creşterea numărului de adolescente însărcinate, infestarea cu HIV etc.) a făcut ca raporturile sexuale să fie mai restrictive. Impactul nu a fost însă spectaculos. Centrele de control şi prevenţie a bolilor din Statele Unite raportau că la mijlocul anilor '90, în jur de 50% dintre tinerii de vârstă sexuală foloseau prezervative în mod regulat şi că s-a redus numărul de preadolescente însărcinate şi cel de boli venerice, dar în proporţie destul de mică (*apud* Baron *et al*., 1998).

Dacă în comportamentul tinerilor occidentali în anii '60 a avut loc o adevărată revoluţie, cel puţin o reformă adâncă a intervenit şi în *atitudinea publicului larg*. În Franţa, numărul bărbaţilor care consideră că libertatea sexuală a tinerelor fete este reprobabilă a scăzut de la 52% în preajma anilor '60 la 34% după 1965, iar la femei, în aceeaşi perioadă, de la 54% la 33% (Segalen, 1987). În SUA, numărul celor care au răspuns „da" la întrebarea dacă e ceva rău în a avea relaţii sexuale înainte de căsătorie s-a micşorat între anii 1970 şi 1975 de la 55% la 35% (Clayton şi Bokemeier, 1980). La noi în ţară, schimbările radicale la nivelul tuturor palierelor vieţii sociale survenite după 1989, în particular ieşirea din corsetul totalitarismului şi democratizarea instituţională şi informală, au cuprins şi sexualitatea. Date statistice confirmă acest lucru, dar la îndemâna cititorului stau şi evidenţe incontestabile ale realităţii de zi cu zi. Şi să observăm din nou că permisivitatea sexuală s-a extins nu doar printre principalii ei actori, adolescenţii şi tinerii adulţi, ci şi la părinţii acestora şi la populaţia generală ; mentalitatea tradiţional-rurală a suferit fisuri vizibile. Astăzi nu este o surpriză să auzi mamele spunând despre fiicele lor : „E cu prietenul la mare" sau „Stă în gazdă cu prietenul ei", ceea ce nu cu mult timp în urmă se întâmpla foarte rar.

REZUMAT

- Prietenia şi dragostea sunt relaţii interumane care au ca specific libera alegere, afectivitatea şi preţuirea reciprocă, fără constrângeri directe de ordin social.
- Deşi prietenia veritabilă înseamnă o relaţie între două persoane egale, dincolo de condiţia socială sau de altă natură, şi unde calculul rece de genul „cât am dat eu şi cât a dat el (ea)" nu îşi are locul, fără echitate în schimbul de bunuri simbolico-afective şi materiale, pe termen lung, prieteniile nu rezistă.
- Singurătatea nu înseamnă a fi separat spaţial şi nici măcar inexistenţa raporturilor cu ceilalţi, ci este sentimentul de însingurare, rezultat din decalajul dintre relaţiile dorite şi cele reale. Frecventă este singurătatea temporară, pasageră, cauzată de împrejurări specifice, şi mai rară cea cronică, datorată unor trăsături de personalitate, dintre care se detaşează inabilitatea de comunicare socială.
- Faţă de prietenie, plusul semnificativ în relaţiile de dragoste este intimitatea fizică şi reacţiile emoţional-fiziologice mai puternice. În iubire, controlul raţional e mai puţin prezent (cu deosebire în dragostea pasională), iar reciprocitatea este mai puţin respectată. Totuşi, pe ansamblu şi pe durată mai extinsă, teoria schimbului social se aplică şi în procesul dragostei. Dacă declaraţiile de iubire nu sunt susţinute şi de comportamente efective, mai devreme sau mai târziu iubirile se sting.
- La întrebarea de ce, în ciuda diverselor forme de manifestare, în funcţie de contexte culturale şi istorice diferite, îndrăgostirea este un fenomen universal, un răspuns plauzibil îl aduce teoria biogenetică a reproducerii prin selecţie : cuplurile umane care pe lângă sex au practicat şi ataşament mutual de durată au avut mai mare grijă de copii, iar prin aceştia, genele responsabile de asemenea comportamente s-au reprodus în mai mare proporţie.
- În descrierea şi explicaţia fenomenului îndrăgostirii trebuie avut însă în vedere şi constructul socio-cognitiv al dragostei, adică cum defineşte o anumită cultură conţinutul iubirii şi cum îl transmite prin socializare membrilor săi.
- În trecut, în societăţile tradiţionale sexualitatea era, de regulă, încurajată doar în cadrul conjugal. Mai ales începând cu anii '60, sexualitatea premaritală a devenit, cel puţin în cultura euro-americană, un fenomen de masă, iar atitudinea marelui public este mult mai permisivă faţă de ea.
- Date de anchetă arată că sociosexualitatea este mult mai accentuată la băieţi decât la fete. În răspunsuri funcţionează şi conformarea la unele stereotipii şi aşteptări sociale : fetele, „mai cuminţi, mai serioase şi selective", băieţii, „mai masculi şi mai îndrăzneţi". Există însă şi alte cercetări care demonstrează că băieţii sunt mult mai puţin restrictivi şi în raporturile sexuale efective. Dar, oricum, disparitatea femei-bărbaţi se micşorează şi în acest domeniu.

Întrebări şi teme de reflecţie

1. Care sunt caracteristicile specifice ale prieteniei în comparaţie cu alte relaţii interumane ?
2. Care sunt cauzele principale ale singurătăţii cronice ?
3. Care sunt componentele esenţiale ale iubirii şi ce raporturi există între ele ?
4. Identificaţi cauzele pentru care sexualitatea premaritală este mult mai frecventă astăzi decât în trecut.

5. Ca relaţie mai complexă, în mariaj se îmbină iubirea cu alte nevoi, expresive şi instrumentale (gospodărire, creşterea copiilor etc.). Dragostea de la început a celor doi parteneri se transformă pe parcursul căsniciei. Analizaţi din această perspectivă situaţia părinţilor dvs. sau a unui cuplu pe care îl cunoaşteţi bine.
6. Sociosexualitatea poate fi considerată o trăsătură de personalitate, dar manifestarea ei comportamentală depinde nu numai de împrejurări concrete, ci şi de factori macro-sociali şi culturali. Încercaţi să găsiţi argumente şi exemple ilustrative pentru susţinerea acestei idei.

Lecturi recomandate

Brehm, S.S. (1992). *Intimate Relationships*. New York : Random House.

Duck, S. (2000). Semnificaţiile şi cercetarea. În *Relaţiile interpersonale*. Iaşi : Polirom.

Hendrick, S.S. ; Hendrick, C. (1992). *Romantic Love*. Newbury Park, CA : Sage.

Iluţ, P. (2000). Dragostea şi prietenia : iluzii, satisfacţii, dezamăgiri. În *Iluzia localismului şi localizarea iluzei*. Iaşi : Polirom.

Radu, I. (1994). Atracţia interpersonală, relaţii de afiliere şi ancheta sociometrică. În I. Radu (coord.). *Psihologie socială*. Cluj-Napoca : Editura Exe.

Bibliografie

Baron, R. ; Byrne, D. ; Johnson, B. (1998). *Exploring Social Psychology*. Boston : Allyn and Bacon.

Bell, R. (1989). *Worlds of Friendship*. New York : Sage Publication.

Berscheid, E. ; Walster, E. (1978). *Interpersonal Attraction* (ed. a II-a). Reading, MA : Addison-Wesley.

Buss, J. ; Schmitt, D. (1993). Sexual strategies theory : An evolutionary perspective on human mating. *Psychological Review*, 100.

Clayton, R. ; Bokemeier, J. (1980). Premarital sex in the seventies. *Journal of Marriage and the Family*, 40.

Dutton, D. ; Aron, A. (1974). Some evidence for heightened sexual attraction under conditions of high anxiety. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30.

Hatfield, E. ; Walster, G. (1981). *A New Look at Love*. Reading, MA : Addison-Wesley.

Huang, K. ; Uba, L. (1992). Premarital sexual behavior among chinese College students in the United States. *Archives of Social Behavior*, 21.

Kanin, E. ; Davidson, K. ; Scheck, S. (1970). A research note on male-female differentials in the experience of heterosexual love. *Journal of Sex Research*, 6.

Langston, A. ; Cantor, N. (1989). Social anxiety and social constraint : When making friends is hard. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9.

Laumann, E. ; Gagnon, J. ; Michael, R. ; Michael, S. (1994). *The Social Organization of Sexuality : Sexual Practices in the United States*. Chicago : Chicago Press.

Parlee, M. (1979). The friendship bond. *Psychology Today*, 113, october.

Radu, I. (1994). Atracţia interpersonală, relaţii de afiliere şi ancheta sociometrică. În I. Radu (coord.). *Psihologie socială*. Cluj-Napoca : Editura Exe.

Rubin, Z. (1973). *Liking and Loving : An Invitation to Social Psychology*. New York : Holt, Rinehart and Winston.

Segalen, M. (1987). *Sociologie de la famille*. Paris : Armand Colin.

Sternberg, R. (1988). *The Triangle of Love*. New York : Basic Books.

Taylor, S. ; **Peplau, L.** ; **Sears, D.** (1994). *Social Psychology*. New York : Prentice Hall Inc

Concepte-cheie

Dragoste romantică – în cultura şi literatura de specialitate nord-americană, expresia este utilizată ca desemnând iubirea intensă, dezinteresată, având ca ax central afectivitatea şi atracţia fizică (sexuală).

Dragoste pasională – concept foarte apropiat de dragostea romantică, cu accentul suplimentar pe latura emoţional-sexuală, febrilitatea şi chiar contrastul trăirilor, atracţie irezistibilă către persoana iubită şi, de aici, scăderea considerabilă a lucidităţii comportamentale.

Dragoste companională – relaţie mai pragmatică şi raţională în care partenerul îţi este şi prieten bun, unde trăirile emoţionale sunt mai controlate, în centrul ei situându-se înţelegerea, respectul, încrederea, grija şi susţinerea reciprocă.

Modelul triunghiular al dragostei – conţinutul iubirilor celor mai frecvente are trei dimensiuni, prezente în proporţii variabile la diferite cupluri : intimitatea (sudura sufletească) ; pasiunea (atracţia fizică şi sexuală) ; dimensiunea decizional-implicaţională (latura cognitivă).

Prietenie – relaţie interpersonală de durată între două persoane, bazată pe afecţiune, încredere şi preţuire reciprocă.

Sexualitate premaritală – relaţii sexuale înainte de căsătorie, care în zilele noastre au căpătat proporţii de masă.

Singurătate – stare psihosocială determinată de lipsa relaţiilor interpersonale reale în raport cu cele dorite.

Sociosexualitate – orientarea indivizilor în legătură cu natura relaţiilor sexuale, la un pol al ei aflându-se indivizii cu un comportament nerestrictiv, gata să facă sex indiferent de implicarea emoţională şi sentimentală, iar la celălalt, cei care consideră că relaţia sexuală trebuie să se bazeze pe apropiere şi sentimente pozitive reciproce.

Agresivitatea

Nicolae Mitrofan

1. Ce este agresivitatea ?

Agresivitatea preocupă tot mai mult specialiştii în această perioadă de trecere între milenii mai ales din cauza proliferării formelor de manifestare agresivă. Cercetători de marcă ai fenomenului avertizează asupra pericolelor posibile în cazul abordării neputincioase a acestuia : *„Avem motive temeinice să considerăm că, în situaţia cultural-istorică şi tehnologică contemporană, agresivitatea intraspecifică reprezintă pericolul cel mai grav. Nu ne vom spori şansele de a-l înfrunta dacă-l vom considera ca fiind ceva imuabil şi metafizic, ci, poate, prin aceea că-i vom cerceta rădăcinile naturale. Puterea omului de a orienta procesele naturale în direcţia dorită se datorează înţelegerii cauzelor care le determină. Teoria despre procesul normal, care-şi îndeplineşte funcţia de conservare a vieţii, aşa-numita fiziologie, constituie baza indispensabilă pentru teoria tulburării sale, pentru patologie"* (Lorenz, 1963 ; *apud* Eibl-Eibesfeldt, 1995).

Dar ce este, de fapt, agresivitatea ? Într-un mod mai puţin pretenţios, agresivitatea poate fi considerată o caracteristică a acelor forme de comportament orientate în sens distructiv, în vederea producerii unor daune, fie ele materiale, moral-psihologice sau mixte. Deci actul agresiv poate viza unele obiecte (casă, maşină, mobilă etc.), fiinţa umană (individul uman izolat, microgrupurile, colectivitatea) sau ambele. Opusul agresivităţii ar fi comportamentul prosocial, care presupune cooperare, toleranţă, echilibru. Pentru a găsi exemple privind comportamentul agresiv nu este nevoie de eforturi speciale. Având în vedere uriaşele disponibilităţi privind mediatizarea, din nefericire, suntem aproape zilnic martorii diferitelor forme de manifestare a agresivităţii (războaie, crime, jafuri, tâlhării, violuri, incendieri, distrugeri etc.). Delincvenţa şi infracţionalitatea constituie formele „de vârf" ale manifestării agresivităţii, iar statisticile întocmite în diferite ţări arată o creştere îngrijorătoare a ratelor acestui „flagel". Preşedintele Asociaţiei Internaţionale de Psihiatrie Socială, Eliot Sorel (1999), arată că sfârşitul tulburătorului secol XX a cunoscut o intoleranţă extraordinară, de o violenţă nemaiauzită şi incredibilă. Cauza principală a morţii tinerilor între 15 şi 24 de ani este violenţa şi nu cancerul sau bolile de inimă. *„Avem în America* – sublinia domnia sa – *două sute de milioane de arme la cetăţeni. Asta înseamnă că am putea pregăti câteva armate."*

Unii autori definesc agresivitatea într-un mod mai simplu, insistând mai ales asupra intenţiei celui care iniţiază o acţiune agresivă. Astfel, potrivit lui Kimble (1990), „agresivitatea este orice act făcut cu intenţia de a răni o altă persoană, fie în sens fizic, fie în sens psihologic". Alţi autori însă, mai ales psihologi sociali, au formulat definiţii ale agresivităţii mult mai elaborate (de exemplu, Baron, 1977), dar şi în cazul acestora, elementul central îl constituie *intenţia de a face rău altora*. De altfel, referitor la încercările de definire, analiză şi interpretare a agresivităţii de către specialişti, nu numai că nu regăsim un consens general, dar se pare că nivelul de „împrăştiere" a punctelor de vedere este chiar mai mare decât în cazul altor fenomene psihologice. Rezistenţa extrem de crescută întâlnită la diverşi cercetători din domeniul sociouman în faţa încercării de construire şi utilizare a unei „grile" de analiză şi interpretare a agresivităţii se explică, înainte de toate, prin marea complexitate a acestei realităţi. Iată, totuşi, câteva dintre punctele de vedere exprimate mai recent. Autorii lucrării *Understand Social Psychology* (*cf.* Worchel *et al.*, 1991) pun problema dacă, în definirea agresivităţii, trebuie să punem accent pe actul agresiv în sine sau pe intenţie? De exemplu, un părinte poate manifesta agresivitate faţă de copil, dar cu intenţia clară de a „face om din el". Opţiunea autorilor este mai mult pentru accentuarea asupra intenţiei. Acceptând faptul că intenţia este cel mai important factor în definirea agresivităţii, autorii menţionaţi ajung în faţa unei alte dificultăţi, şi anume cea legată de modalităţile de determinare a intenţiei.

Privite din perspectiva scopului urmărit, unele conduite agresive sunt orientate în direcţia producerii „unui rău" altei persoane, în timp ce altele sunt orientate în direcţia demonstrării „puterii" agresorului (*cf.* Boulding, 1989) sau a masculinităţii (*cf.* Segall, 1988). După alţi autori însă, nu este necesară această diferenţiere, deoarece „aceste variate scopuri nu sunt mutual exclusive şi multe alte acte de agresiune pot fi orientate spre atingerea unora sau a tuturor acestor scopuri" (Carlson *et al.*, 1988). David G. Myers face o distincţie clară între comportamentul de tip cooperant-suportiv şi cel agresiv. Acesta din urmă poate fi considerat ca fiind comportamentul fizic sau verbal orientat cu intenţie spre a răni pe cineva. Cu toate acestea, pentru Myers, agresivitatea este un termen nebulos, folosit în multe feluri şi pentru multe raţiuni.

În ceea ce ne priveşte, considerăm că ar trebui făcute mai întâi unele delimitări conceptuale. Agresivitatea nu se confundă cu un comportament antisocial, ca delincvenţa şi infracţionalitatea. Conduita boxerului nu este orientată antisocial şi, cu cât este mai agresivă, cu atât este mai performantă. Şi invers, nu orice comportament antisocial, inclusiv infracţional, poate fi caracterizat prin agresivitate. Sunt comise infracţiuni prin inacţiune, deci fără agresivitate. Destul de frecvent, agresivitatea este asociată şi chiar confundată cu violenţa. Desigur, de cele mai multe ori, comportamentul agresiv este şi violent, dar sunt şi cazuri de conduită agresivă (este clară intenţia de a vătăma, de a face rău) în forme non-violente. Otrăvirea lentă a unei persoane este o conduită agresivă, dar non-violentă. Privitor la comportamentul agresiv cu răsunet antisocial, unii autori (*cf.* Dragomirescu, 1990) diferenţiază mai multe tipuri, cum ar fi:

1. agresivitatea nediferenţiată, ocazională, fără un răsunet antisocial obligatoriu;

2. comportamentul agresiv propriu-zis, polimorf şi cronic, în care se include şi comportamentul criminal ;
3. comportamentul agresiv ca expresie integrantă, nemijlocită a unei stări patologice, fie consecutivă unei afecţiuni neuropsihice preexistente, fie dobândită.

Comportamentul agresiv este orientat nu numai în afara subiectului, ci şi asupra sinelui. Şi aici trebuie să diferenţiem între actele comportamentale autodistructive, forma cea mai gravă fiind sinuciderea, şi actele comportamentale care pot periclita sănătatea şi echilibrul organismului (fumat, alcool, droguri). Elementul esenţial de diferenţiere îl constituie, desigur, prezenţa intenţiei autodistructive.

Aşadar, în sinteză, considerăm agresivitatea ca fiind *orice formă de conduită orientată cu intenţie către obiecte, persoane sau către sine, în vederea producerii unor prejudicii, a unor răniri, distrugeri şi daune.*

2. Forme ale agresivităţii

Dată fiind marea complexitate a acestui fenomen psihosociologic (Golu, 2000), orice încercare de tipologizare se loveşte de dificultăţi mai mari sau mai mici. Criteriile de clasificare ies în evidenţă în mod direct sau indirect din analiza coordonatelor de definiţie a agresivităţii. Fără a ne pierde în prea multe detalii, considerăm că pot fi identificate următoarele criterii :

1. în funcţie de agresor sau de persoana care adoptă o conduită agresivă ;
2. în funcţie de mijloacele utilizate în vederea finalizării intenţiilor agresive ;
3. în funcţie de obiectivele urmărite ;
4. în funcţie de forma de manifestare a agresivităţii.

În raport cu primul criteriu, diferenţiem :

- *agresivitatea tânărului* şi *agresivitatea adultului* ;
- *agresivitatea masculină* şi *agresivitatea feminină* ;
- *agresivitatea individuală* şi *agresivitatea colectivă* ;
- *agresivitatea spontană* şi *agresivitatea premeditată*.

În raport cu al doilea criteriu, diferenţiem :

- *agresivitatea fizică* şi *agresivitatea verbală* ;
- *agresivitatea directă*, cu efecte directe asupra victimei, şi *agresivitatea indirectă*, între agresor şi victimă existând intermediari.

Privitor la al treilea criteriu, diferenţiem :

- *agresivitatea care urmăreşte obţinerea unor beneficii, a unui câştig material ;*
- *agresivitatea care urmăreşte predominant rănirea şi chiar distrugerea victimei.*

În această privinţă, unii autori (*cf.* Worchel *et al.*, 1991) fac distincţie între *agresivitatea datorată supărării sau mâniei* (*angry aggression*) şi *agresivitatea instrumentală*. Diferenţa principală constă în faptul că prima formă apare mai ales ca urmare a supărării sau ostilității, în timp ce a doua (instrumentală) este orientată în primul rând în direcția obținerii unui câștig material (bani, obiecte etc.), iar actul agresiv, în calitate de mijloc de obținere a unor asemenea achiziții. O formă particulară de agresivitate instrumentală o constituie *conflictul realistic de grup*, formulare ce aparține autorilor americani Levine și Campbell (*cf.* Iluț, 1994). Specific pentru acest tip de conflict este faptul că anumite grupuri de dimensiuni diferite intră în raporturi competitive (de cele mai multe ori acutizate) pentru o resursă de existență limitată (teritoriu, locuri de muncă etc.). Din păcate, menținerea stărilor conflictuale cu manifestare efectivă, reciprocă, a agresivității, inclusiv fizice, conduce mai ales la pierderi – în loc de câștiguri –, de cele mai multe ori irecuperabile, cum este cazul vieților omenești.

Privitor la al patrulea criteriu, putem diferenția :

- *agresivitatea violentă* și *agresivitatea non-violentă* ;
- *agresivitatea latentă* și *agresivitatea manifestă*.

Desigur, nici pe departe nu se poate considera că aceste tipologii epuizează toate criteriile de clasificare și toate formele de existență și manifestare a agresivității. Și aici, ca și în alte cazuri, utilizarea unor scheme de clasificare forțează realitatea să se simplifice și să se subordoneze tendințelor de realizare a unei „ordini” științifice. O dovadă clară o constituie faptul că agresivitatea manifestată la nivel interpersonal este, prin excelență, un fenomen psihosocial și, ca atare, ridică problema „coparticipării” celor doi membri ai relației conflictului (agresor – agresat). Nu întotdeauna și oriunde „rol-status”-urile celor doi membri ai diadei sunt aceleași și exclusive (unul numai atacă, face rău, iar celălalt „are sarcina” numai să suporte consecințele directe și indirecte ale agresivității). Un exemplu tipic pentru ceea ce încercăm să demonstrăm aici îl constituie *cuplul penologic infractor-victimă*. Fără a intra în detalii de ordin juridic, infractorul este persoana care comite o agresiune (lovește, atacă, ucide, violează etc.) asupra altei persoane (victima), care suportă consecințele. Privind astfel lucrurile, vina celor doi membri ai diadei penologice este foarte clară : primul – vinovat și al doilea – complet nevinovat. Însă realitatea demonstrează că lucrurile nu stau deloc așa, deoarece, în multe cazuri, „vina” se împarte între cei doi, culminând cu situația în care victima poate să fie mai „vinovată” chiar decât infractorul. Să ne referim la două exemple concrete (Mitrofan *et al.*, 2000) :

1. Soțul rămâne infirm pe viață în urma unui act de agresiune din partea soției (în fața instanței juridice, soțul apare în calitate de victimă, iar soția, ca infractor). Se află însă că actul de agresiune al soției a fost consecința bătăilor repetate din partea soțului și, mai ales, a încercărilor acestuia de a viola fetița în fața ei (deci anterior actului de agresiune al soției, „rolurile” celor doi erau schimbate).
2. O femeie tânără, sub influența alcoolului, intră în miez de noapte într-un bar în care erau numai bărbați și adoptă o conduită provocatoare (dansează obscen, se dezbracă parțial etc.) ; la un moment dat, bărbații o atacă și o obligă la un viol colectiv. Deci, în urma acestui act de agresiune, bărbații apar în calitate de infractori, iar femeia, ca victimă. Care este însă gradul ei de participare și de răspundere privitor la actul de agresiune produs ?

Nu întâmplător, în cadrul unei clasificări a victimelor, cum este cea a lui Stephan Shaffer (1977) (Bogdan şi Sântea, 1988), apar categorii precum:

a) victime provocatoare, care, anterior victimizării lor, au comis ceva – conştient sau inconştient – faţă de infractor. Asemenea cazuri pot fi întâlnite atunci când o persoană (victima ulterioară) se comportă arogant faţă de viitorul infractor sau dacă nu-şi ţine o promisiune făcută solemn, ori dacă intră în legături amoroase cu iubita infractorului etc.;
b) victime care precipită declanşarea acţiunii răufăcătorilor. Este cazul persoanelor care, prin conduita lor, influenţează răufăcătorii în a comite infracţiuni, deşi între ei nu a existat niciodată vreo legătură.

Concluzia este că, de multe ori, comportamentul agresiv este stimulat, provocat, declanşat, întreţinut de conduita partenerului relaţiei interpersonale ce suportă consecinţele agresiunii. De aici ideea clară pentru psihologia aplicată, cum este cazul psihoterapiei, de a acţiona nu unilateral (fie numai asupra celui acuzat de comportament agresiv, fie numai asupra celui agresat), ci asupra cuplului (marital, parental, profesional etc.) care capătă în timp proprietatea de a oferi „cadrul” manifestării agresivităţii (direct sau indirect, voluntar sau involuntar, cel agresat se poate constitui într-un factor de potenţare a conduitei agresive a partenerului respectiv).

3. Cauzele agresivităţii

Una dintre cele mai vechi şi, totodată, dificile întrebări adresate psihologilor a fost aceea dacă „echipamentul” psihocomportamental al individului uman este dependent de factorul ereditar (zestrea ereditară) sau de factorul de mediu. Dacă problema s-a pus în legătură cu „întregul”, desigur că, şi în ceea ce priveşte „partea”, ea a fost şi rămâne valabilă. Nu numai în legătură cu agresivitatea ne putem întreba dacă este sau nu înnăscută, ci şi cu oricare altă trăsătură de personalitate. Răspunsurile date de specialişti în privinţa agresivităţii sunt următoarele:

1. *Agresivitatea este înnăscută*, poziţie susţinută de autori precum Sigmund Freud şi Konrad Lorenz. În viziunea lui Freud (1927), agresivitatea este un instinct. Oamenii se nasc cu instinctul de a agresa şi de a fi violenţi. Întrucât această „presiune” ereditară nu poate fi înlăturată, este necesar ca, în procesul influenţării educaţional-culturale, să se găsească modalităţi nedistructive de canalizare a tendinţelor agresive. Pe de altă parte, cunoscutul etolog Konrad Lorenz – câştigător al Premiului Nobel în 1968 –, mai ales după publicarea lucrării *On Aggression* (1966), accentuează asupra naturii biologic-instinctuale a comportamentului agresiv, pe care-l regăsim şi la nivel infrauman. Însă, în timp ce la Freud agresivitatea apărea ca fiind predominant distructivă, la Konrad Lorenz, agresivitatea interspecii are o valoare adaptivă şi este esenţială pentru supravieţuire. Animalul îşi apără teritoriul, disponibilităţile de hrană şi, îndepărtându-i pe alţii, previne supraaglomerarea. În plus, datorită faptului că cel puternic şi viguros îl învinge pe cel slab şi neputincios, se

produce o selecţie naturală a celor cu un bun potenţial genetic ce va permite, o dată cu transmiterea lui urmaşilor, reproducerea agresivităţii.

Punctul de vedere al lui Freud şi cel al lui Lorenz pot fi incluse în *teoria instinctuală* a agresivităţii, deoarece la primul este vorba de *dorinţa de moarte* (*thanatos*) ca sursă a agresivităţii, iar la al doilea, *instinctul de luptă* (*fighting instinct*).

În cadrul aceleiaşi specii este posibil însă ca agresivitatea (conspecifică) să fie dublată de un alt instinct ce inhibă distrugerea totală a adversarului, înlăturându-se astfel pericolul diminuării drastice a efectivului unei specii. De aceea, la multe specii de animale, întâlnim *comportamentul agresiv ritualizat* (Iluţ, 1994), ce constă în faptul că, în desfăşurarea unei lupte dintre doi masculi, de exemplu, atunci când „şansele" de câştig ale unuia sunt evidente, cel învins dă semne că se retrage şi părăseşte scena de luptă, iar învingătorul se opreşte şi el şi nu-şi mai continuă atacul până la distrugerea totală a adversarului.

Teoriile care au abordat agresivitatea ca pe un instinct au fost supuse unor multiple critici. La animale, agresivitatea este influenţabilă şi modificabilă în mai mare măsură decât sugerează aceste teorii. De exemplu, încă din anul 1930, Zing Young Kuo (Worchel, 1991) a crescut pui de pisică împreună cu mama ce mânca şoareci, alţi pui de pisică izolaţi şi o a treia categorie de pui de pisică i-a crescut împreună cu şoarecii. Când au crescut mari, toţi puii de pisică au fost puşi într-un loc în prezenţa unor şoareci. Comportamentul lor a fost foarte diferit: cei care au crescut cu mama mâncătoare de şoareci au omorât şoareci în procent de 85%, iar cei care au crescut împreună cu şoarecii au manifestat agresivitate numai în 17% din cazuri.

Privitor la agresivitatea umană, dacă ea ar fi de natură instinctuală, ar fi de aşteptat să întâlnim foarte multe asemănări între oameni legate de modul de adoptare a comportamentului agresiv. Or, realitatea a demonstrat şi demonstrează continuu că există mari diferenţe interindividuale în manifestarea agresivităţii. Sunt populaţii, comunităţi care aproape că nu cunosc agresivitatea şi altele care se manifestă deosebit de agresiv. De exemplu, în cadrul unei statistici oferite de Archer şi Gartner (1981) privitoare la rata omuciderilor, în perioada anilor '70, situaţia (exprimată la 100.000 de locuitori) se prezenta astfel: aproape zero (Norvegia); sub 1 (Anglia); 2 (Canada şi Ghana); 3 (India şi Italia); 4 (Ungaria); 9 (SUA); 13 (Irlanda de Nord); aproape 14 (Thailanda).

Respingerea cvasigeneralizată a naturii instinctuale a agresivităţii nu înseamnă însă şi ignorarea unor influenţe biologice asupra ei, cum ar fi:

- *influenţe neuronale* – există anumite zone ale cortexului care, în urma stimulării electrice, facilitează adoptarea de către individ a comportamentului agresiv;
- *influenţe hormonale* – masculii sunt mult mai agresivi decât femelele datorită diferenţelor de natură hormonală;
- *influenţe biochimice* (creşterea alcoolului în sânge, scăderea glicemiei pot intensifica agresivitatea).

O altă perspectivă ce sugerează că agresivitatea este cel puţin parţial înnăscută a fost oferită în ultimii ani de către *sociobiologie* (Rushton, 1989; Wilson, 1975). În acord cu sociobiologii, toate aspectele comportamentului social, inclusiv agresivitatea, pot fi înţelese în funcţie de evoluţie. Deoarece agresivitatea ajută masculii aparţinând unor specii neumane să obţină parteneri, principiile selecţiei vor favoriza, în timp, creşterea nivelurilor de agresivitate (cel puţin printre masculi). Sociobiologii susţin că deoarece fiinţele umane evoluează de asemenea într-un context al selecţiei naturale, tendinţele lor puternice către astfel de conduite pot fi înţelese în acest context. Pe scurt, ele sunt acum parte a naturii biologice moştenite.

2. *Agresivitatea este un răspuns la frustrare*. Cei care susţin această afirmaţie pleacă de la convingerea că agresivitatea este determinată de condiţiile externe. De fapt, ipoteza *frustraţie-agresivitate* face parte din categoria teoriilor *stimulării sau provocării agresivităţii* (*drive theories of aggression*) – Berkowitz (1989), Fesbach (1984) –, care capătă tot mai mult sprijin din partea unor psihologi. Aceste teorii sugerează faptul că agresivitatea – mai exact, conduitele agresive – s-ar origina în special intr-o stimulare sau provocare externă (*drive*) în a răni sau prejudicia pe altul. În acest sens, cea mai populară şi mai cunoscută este *teoria frustrare-agresivitate*, formulată de John Dollard şi alţi colegi de la Yale University. Chiar în prima pagină a lucrării lor, intitulată *Frustration and Aggression* (1939), apar două postulate:

- „agresivitatea este întotdeauna o consecinţă a frustrării";
- „frustrarea conduce întotdeauna către o anumită formă de agresivitate".

Blocarea căii de atingere a unui scop creează frustrări care, la rândul lor, se constituie în sursă de manifestare a agresivităţii. Destul de frecvent însă, agresivitatea nu este indreptată asupra sursei stării de frustrare, ci este reorientată, redirecţionată (*displacement*) către o ţintă mai sigură, în sensul că este foarte puţin probabil ca ea să se răzbune. Un exemplu (*cf.* Myers, 1990) îl constituie anecdota cu omul care, fiind umilit de şef, îşi muştruluieşte zdravăn soţia, care ţipă la copil, acesta loveşte câinele, care muşcă poştaşul.

Teoria lui Dollard a fost supusă ulterior unor revizii. Astfel, Leonard Berkowitz (1978, 1988), considerând că teoria lui Dollard exagerează legătura dintre frustrare şi agresivitate, susţine că frustrarea produce supărare, o stare de pregătire emoţională pentru a agresa. O persoană frustrată poate da curs furiei atunci când există şi anumite semne ale agresivităţii sau, uneori, în lipsa lor. În primul caz, stimulii asociaţi pot amplifica agresivitatea.

3. *Agresivitatea este o reacţie la evenimentele aversive*. Este vorba de *punctul de vedere cognitiv neoasociaţionist* (Berkowitz, 1984), conform căruia există o relaţie între *afectele negative* şi agresivitatea deschisă. De fapt, după cum sugerează această teorie, expunerea la evenimente aversive (pe care preferăm să le evităm) generează afecte negative (sentimente neplăcute). Aceste sentimente, la rândul lor, activează automat tendinţele către agresivitate şi luptă.

4. *Agresivitatea este un comportament social învăţat*. Această poziţie este legată în special de numele lui Albert Bandura (1986), care formulează *teoria învăţării sociale a agresivităţii*. Potrivit acestei teorii, comportamentul agresiv se învaţă prin mai multe modalităţi, şi anume:

- direct, deci prin învăţare directă (prin recompensarea sau pedepsirea unor comportamente);
- prin observarea şi imitarea unor modele de conduită ale altora, mai ales ale adulţilor.

Cel mai frecvent, consideră Bandura, modelele de conduită agresivă pot fi întâlnite în

a) familie (părinţii copiilor violenţi şi ai celor abuzaţi şi maltrataţi provin adeseori ei înşişi din familii în care, ca mijloc de disciplinare a conduitei, s-a folosit pedeapsa fizică);
b) mediul social (în comunităţile în care modelele de conduită agresivă sunt acceptate şi admirate, agresivitatea se transmite uşor noilor generaţii; de exemplu, subcultura violentă a unor grupuri de adolescenţi oferă membrilor lor multe modele de conduită agresivă);
c) mass-media (în special televiziunea, care oferă aproape zilnic modele de conduită fizică sau verbală).

4. Factori ce influenţează agresivitatea

Din păcate, sunt extrem de multe asemenea surse şi ele creează mari probleme sociale, pentru a căror rezolvare este nevoie de uriaşe investiţii materiale şi eforturi socio-profesionale. Pentru o mai bună sistematizare, vom împărţi aceste surse în trei categorii:

a) surse ce ţin mai mult de individ, de conduita şi de reactivitatea lui comportamentală;
b) surse ale agresivităţii în cadrul familiei;
c) surse ce ţin de mijloacele de informare a maselor.

În *prima categorie* includem:

- *tipul de personalitate*, în special tipul A (Glass, 1977), ce se caracterizează mai ales prin: a) extrem de competitiv; b) tot timpul grăbit (pe fugă); c) în special iritabil şi agresiv. Acest tip este complet opus *tipului B*. În urma cercetărilor efectuate, s-a demonstrat că cei care aparţin tipului A tind să fie mult mai agresivi, într-o paletă mai largă de situaţii, decât cei care aparţin tipului B. Mai mult, tipul A este în mod real ostil şi este mult mai probabil decât tipul B să fie angajat în ostilitatea agresivă acea formă al cărei prim scop este de a provoca durere şi suferinţă victimelor. De asemenea, cercetările arată că tipul A este în mai mare măsură decât tipul B implicat în acţiuni de abuzare a soţiei şi copiilor (Strube *et al.*, 1984). La locul său de muncă, el creează şi întreţine conflicte cu alţii (Baron, 1983);
- *tendinţe atribuţionale ostile*; doi cercetători (Dodge şi Coie, 1987) au efectuat o serie de studii privind posibilitatea ca diferenţele individuale legate de tendinţele atribuţionale ostile să afecteze probabilitatea sau intensitatea *agresivităţii reactive* – agresivitatea ca răspuns la provocarea anterioară. În unul dintre

aceste studii, băieţilor care au fost anterior caracterizaţi de profesorii lor, unii ca având un nivel înalt de *agresivitate reactivă*, alţii ca având un nivel înalt de *reactivitate proactivă* (agresivitate manifestată fără provocare, pentru a obţine dominaţia asupra altuia) şi, în sfârşit, alţii caracterizaţi ca fiind relativ non-agresivi, li s-au arătat videocasete în care un copil îl provoacă pe altul (de exemplu, îi strică o construcţie de cuburi). Intenţiile aparente ale actorului în aceste incidente au variat sistematic, astfel încât pentru observatori adulţi ele erau clar ostile, prosociale sau ambigue. Li se cerea apoi subiecţilor să explice intenţiile actorului în fiecare incident. S-a observat că cei cu un nivel înalt de agresivitate reactivă au făcut mult mai multe erori decât cei cu un nivel crescut de agresivitate proactivă. De asemenea, cei cu un nivel înalt de agresivitate reactivă prezentau o mai mare probabilitate decât ceilalţi în a percepe intenţiile actorului ca fiind ostile când acestea erau ambigue. Într-o investigaţie ulterioară, autorii menţionaţi au testat şi confirmat ipoteza conform căreia tendinţele atribuţionale ostile corelează pozitiv cu o rată înaltă a *agresivităţii suprareactive* – tendinţele de angajare în relaţii puternic conflictuale ca răspuns chiar la o provocare uşoară ;

- *diferenţele de sex* – adică bărbaţii sunt mai agresivi decât femeile? Toate statisticile privind infracţiunile oferă răspuns pozitiv la această întrebare. Pornind de la asemenea evidenţe, autori precum Eagly şi Steffen (1986) au concluzionat că, într-adevăr, este mult mai probabil ca bărbaţii să fie mai angajaţi decât femeile în agresivitatea deschisă. Însă dimensiunea acestei diferenţe pare să fie destul de mică. Mai mult, ea poate fi mai largă în anumite contexte decât în altele. De exemplu, diferenţe de sex privind adoptarea conduitei agresive s-au găsit a fi mai mari în studiile implicând forme non-fizice de agresivitate (agresare verbală, clasarea negativă a altora după anumiţi indicatori etc.). În mod similar, diferenţe mai mari au fost găsite în situaţiile în care agresivitatea pare să fie solicitată (de exemplu, de anumite roluri sociale). În plus, bărbaţii şi femeile par să difere într-o anumită măsură în privinţa atitudinilor lor împotriva agresivităţii. Şi, în final, autorii menţionaţi au găsit că ambele sexe se adresează mult mai agresiv împotriva ţintelor masculine decât împotriva celor feminine.

Pornind de la asemenea tipuri de cercetări, Baron şi Byrne (1991) atrag atenţia supra faptului că diferenţele dintre sexe privind comportamentul agresiv depind în mare măsură de rolurile sexuale şi de practicile de socializare. De exemplu, dacă stereotipurile tradiţionale privind *masculinitatea* şi *feminitatea* continuă să descrească, diferenţele dintre sexe privind agresivitatea pot descreşte. Şi invers, dacă semenea stereotipuri persistă sau chiar pot să se întărească, atunci diferenţele dintre sexe privind agresivitatea este de aşteptat să se accentueze :

- *frustrarea* – se menţine ca una dintre cele mai frecvente surse de influenţare a agresivităţii ;
- *atacul* sau *provocarea directă*, fizică sau verbală, ce atrage, de cele mai multe ori, răspunsul agresiv al celui vizat ; şi nu de puţine ori, şirul răzbunărilor

devine practic nesfârşit (acte teroriste, răzbunări tip vendetă, care fac multe victime în rândul persoanelor nevinovate);

- *durerea fizică şi morală* poate duce la creşterea agresivităţii; în urma unor cercetări efectuate, Berkowitz (1988) a ajuns la concluzia că stimularea aversivă poate determina agresivitatea ostilă într-o măsură mult mai mare decât frustrarea;
- *căldura* – foarte multe cercetări au constatat o legătură directă între temperaturile înalte şi manifestarea agresivităţii; de exemplu, studiul diferitelor tulburări sociale din SUA a ajuns la concluzia că, la o temperatură mai mare de 100 °F, probabilitatea apariţiei unor tulburări sociale (răzmeriţe) se apropie de 45% (*cf.* Carlsmith şi Anderson, 1979);
- *aglomeraţia*, în mijloacele de transport, în dormitorul unui cămin de colegiu, în casa de locuit etc., apare în calitate de agent stresor şi poate creşte agresivitatea;
- *alcoolul şi drogurile* – nu numai în rândul specialiştilor, dar şi al nespecialiştilor este recunoscut faptul că alcoolul, consumat mai ales în cantităţi mari, se constituie într-un important factor de risc în comiterea unor acte antisociale bazate pe violenţă. Nu de puţine ori, infractorii care au comis abominabile acte de violenţă încearcă să se apere în faţa organelor juridice prin faptul că au fost „sub influenţa alcoolului"; consumat în cantităţi mari, alcoolul reduce mult luciditatea şi realismul perceptiv, contribuind la accentuarea agresivităţii, atât prin potenţarea ei directă, cât şi prin neluarea în considerare a caracteristicilor agresorului şi a neplăcerilor provocate propriei persoane şi celor apropiaţi (Iluţ, 1994). De asemenea, drogurile pot afecta comportamentul agresiv, însă în ce măsură se poate realiza acest lucru depinde de mai mulţi factori, cum ar fi: tipul drogului (cocaină, marijuana etc.), dimensiunea dozei şi dacă subiectul este sau nu realmente ameninţat şi pus în pericol;
- *materialul sexy şi pornografic*, care este accesibil oricărei categorii de vârstă, fie în forma imaginii (poze din reviste, dar mai ales filmul, caseta video), fie în formă scrisă (reviste, cărţi). Printre multe alte aspecte, cercetătorii şi-au pus problema dacă asemenea surse pot sau nu să provoace agresivitatea. Răspunsurile diferă în funcţie de rezultatele cercetărilor efectuate. Pornind de la teoria etichetării a lui Schachter, Dolf Zillmann (1971, 1978) a formulat *teoria transferului excitaţiei*.

Conform acestei teorii, nu este importantă sursa reală a provocării, ci percepţiile pe care le are individul privitor la această provocare. Pentru a verifica efectele provocării sexuale asupra agresivităţii, Zillmann a oferit spre vizionare, la trei grupe de subiecţi, un film provocator sexual (pentru primul grup), un film despre box foarte violent (al doilea grup) şi un film documentar (interesant şi neprovocator) (al treilea grup). După vizionare, toţi subiecţii au fost supăraţi de un coleg, pus anume să facă acest lucru. În final, subiecţilor li s-a permis să acţioneze ca profesori şi să pedepsească prin şoc persoana care i-a supărat. S-a constatat că subiecţii care au vizionat filmul provocator sexual au fost cei mai agresivi, iar cei din al treilea grup (care au vizionat filmul documentar) au fost cel mai puţin agresivi. Pe de altă parte, un alt grup de cercetători (*cf.* Baron, 1974 ; Frodi, 1977) au demonstrat că sexualitatea şi agresivitatea sunt intrinsec incompatibile. Trăirile emoţionale ca efect al provocării sexuale inhibă tendinţele agresive. Pentru a depăşi aceste opinii contradictorii, Zillmann, împreună cu colaboratorii săi, propune, în 1981, *modelul excitaţie-valenţă* privind efectele pornografiei asupra agresivităţii, care este o continuare a cercetărilor efectuate de Donnerstein şi Evans. Prin intermediul cercetătorilor, s-a scos în evidenţă faptul că filmele erotice plăcute pot servi la reducerea comportamentului agresiv, în timp ce filmele erotice neplăcute (bestialitate, sadomasochism) pot duce la creşterea agresivităţii. Pornografia violentă, cum ar fi cazul filmelor ce combină scenele erotice cu actele de violenţă, produce efecte clare de ordin fiziologic şi cognitiv. În opinia unor autori (*cf.* Donnerstein, 1983), ar exista chiar o legătură direct cauzală între expunerea la scene erotice de mare agresivitate şi violenţa îndreptată împotriva femeilor.

Din *a doua categorie*, cele mai grave forme de manifestare a agresivităţii în cadrul familiei sunt *bătaia* şi *incestul*, cu consecinţe extrem de nefavorabile asupra procesului de dezvoltare şi maturizare psihocomportamentală a copilului. În ceea ce priveşte bătaia, cei mai ardenţi „teoreticieni" susţin că metoda are o dublă valoare : retroactivă – durere fizică şi morală resimţită pentru o conduită greşită – şi proactivă, adică inhibarea pe viitor a unor asemenea acte comportamentale. Ce mijloace sunt mai eficiente, cât timp trebuie să dureze, cât de mare trebuie să fie durerea pricinuită, care este cel mai bun context de aplicare etc. sunt doar câteva din întrebările la care nu s-a formulat încă un răspuns unanim acceptat de către „specialişti".

Din nefericire însă, în viaţa de zi cu zi şi pe multe meridiane ale globului, bătaia este frecvent folosită, luând uneori forme deosebit de grave, provocând copiilor leziuni corporale şi chiar decesul. Violenţa manifestată în cadrul familiei şi mai ales asupra copiilor a atras de mult atenţia specialiştilor care, la rândul lor, au încercat să evidenţieze structurile de personalitate specifice celor care maltratează copiii, mecanismele şi dispozitivele motivaţionale care susţin asemenea forme de conduită, consecinţele imediate şi de perspectivă asupra sănătăţii fizice şi psihice a copiilor supuşi unui asemenea tratament. Astfel, unii autori s-au străduit să evidenţieze şi să sintetizeze trăsăturile particulare ale grupurilor de părinţi care folosesc bătaia ca mijloc de puternică agresare fizică a copiilor (*cf.* Toch, 1986). De exemplu, Spineta şi Riegler (1972), precum şi Gelles (1973), au evidenţiat următoarele tipuri de caracteristici :

1. *Caracteristici demografice*. Cea mai mare frecvenţă o deţin părinţii cu un mariaj instabil, care au divorţat şi cei care s-au separat, în fapt. De asemenea, copilul bătut este adeseori rezultatul unei naşteri nedorite şi cea mai periculoasă perioadă pentru asemenea copii o constituie primii trei ani de viaţă.
2. *„Istoria" propriei vieţi a părinţilor*. Cei mai mulţi părinţi care-şi maltratează copiii au fost ei înşişi, la rândul lor, supuşi unui tratament similar de către proprii părinţi sau au fost, în cea mai mare măsură, neglijaţi emoţional de către aceştia.
3. *Atitudini parentale în raport cu creşterea copiilor*. Părinţii abuzivi în utilizarea mijloacelor de sancţionare fizică privesc copilul ca pe o modalitate de a-şi satisface propriile nevoi, solicitându-l să întreprindă acţiuni ce depăşesc

posibilităţile şi abilităţile lui psihice şi fizice. Ei întâmpină mari dificultăţi în a stabili legături empatice cu propriii copii şi în a satisface nevoile acestora de dependenţă.

4. *Tulburări psihologice şi psihiatrice*. Destul de frecvent, se constată că părinţii care-şi maltratează fizic copiii prezintă diverse tulburări psihologice şi psihiatrice.

O altă încercare de tipologizare a părinţilor abuzivi în utilizarea agresiunii fizice asupra copiilor şi care a influenţat multe alte încercări mai recente îi aparţine lui E. Merrill (1962). În viziunea acestui autor, există patru tipuri de asemenea părinţi:

- *tipul I*: părinţi ce se caracterizează printr-un înalt grad de agresivitate, manifestată continuu, uneori fiind clar concentrată şi focalizată, alteori însă nu. Supărarea şi enervarea lor scapă controlului, fiind nevoie de o acţiune stimulativă iritativă minimală. Explicaţia unei asemenea conduite vizează, în principal, propriile experienţe trăite în perioada copilăriei timpurii.
- *tipul II*: părinţii sunt rigizi, compulsivi, reci afectiv şi, după modul în care procedează în interacţiunea cu copiii, pledează mai mult pentru propriile lor drepturi. Ei resping copilul şi sunt preocupaţi mai mult de propria lor plăcere.
- *tipul III*: părinţii sunt persoane pasive şi dependente. Sunt oameni modeşti şi reticenţi şi, totodată, şovăielnici în a-şi exprima sentimentele şi dorinţele. Aparent sunt foarte neagresivi, dar adesea intră în competiţie cu copiii pentru a câştiga atenţia soţului, fiind de obicei depresivi, imaturi şi capricioşi.
- *tipul IV*: aceşti părinţi sunt persoane frustrate, de obicei, fie de taţi foarte tineri, fie de oameni inteligenţi, dar care au anumite dizabilităţi fizice care-i împiedică să-şi sprijine propria familie. Este posibil ca ei să stea acasă şi să aibă grijă de copii, iar soţia să meargă la slujbă. În asemenea situaţii, gradul lor de frustrare conduce la pedepsirea severă a propriilor copii.

Din cea de-a *treia categorie* se distinge în special *violenţa expusă prin intermediul televiziunii şi presei*. Atât în programele de televiziune, cât şi în unele surse scrise (ziare, reviste, cărţi) apar diferite acte de violenţă – de aceea s-a pus problema dacă expunerea la violenţă poate determina creşterea agresivităţii. Faptul că un copil de 16 ani (*cf.* Worchel, 1991) a fost „martorul" a peste 13.000 de omucideri oferite de micul ecran are sau nu vreo influenţă asupra comportamentului acestuia? Şi aici părerile specialiştilor sunt împărţite. Unii consideră că expunerea la violenţă ar avea efecte cathartice, reducându-se astfel propriile nevoi de a acţiona agresiv. Alţi autori însă, care se bazează mai ales pe teoriile învăţării sociale, consideră că expunerea la violenţă conduce în mai mare măsură la creşterea agresivităţii decât la catharsis. Într-o anchetă (*cf.* Myers, 1990) efectuată într-o închisoare pe 208 deţinuţi a reieşit că 9 din 10 deţinuţi recunosc că au învăţat noi „trucuri" din programele TV şi 4 din 10 afirmă că au încercat să pună în practică modelele de acţiune criminală oferite de televiziune.

Au existat şi încercări de a scoate în evidenţă procesele care explică modul în care violenţa expusă de mass-media stimulează creşterea agresivităţii (Baron şi Byrne, 1991). Acestea ar fi următoarele: 1) expunerea la violenţă (prin mass-media) slăbeşte inhibiţiile spectatorilor privind angajarea în asemenea comportamente. Raţionamentul ar fi: „Dacă aceste persoane pot să facă, atunci pot şi eu" ; 2) expunerea la violenţă oferă privitorilor noi tehnici de a-i ataca şi vătăma pe alţii. Şi asemenea comportamente, o dată achiziţionate, tind să fie utilizate în contexte potrivite ; 3) urmărirea altor persoane, angajate în acţiuni agresive, poate influenţa cogniţiile privitorilor în câteva moduri : a) asemenea materiale pot activa gândurile şi imaginile agresive, acestea fiind disponibile în sistemul cognitiv al privitorului ; b) expunerea la filme şi emisiuni de televiziune agresive pot întări şi activa *scenariile* referitoare la agresivitate – idei despre ce evenimente s-ar putea întâmpla sau sunt potrivite într-un mediu dat ; 4) expunerea continuă la violenţă prin mass-media poate reduce sensibilitatea emoţională la violenţă şi la consecinţele sale. Pe scurt, după vizionarea unor enumărate crime, lupte şi asalturi, privitorii pot deveni *desensibilizaţi* la asemenea materiale, adoptând reacţii emoţionale diminuate faţă de ele. Ei pot apoi să găsească agresivitatea în viaţa reală ca fiind mai puţin descurajantă, manifestând o empatie redusă faţă de victimele lor, chiar şi atunci când acestea dau semne de durere şi suferinţă considerabile.

Referitor la efectele negative ale expunerii la violenţă prin mass-media, Susan Hearold (1986), în urma prelucrării şi asamblării rezultatelor a 230 de studii corelaţionale şi experimentale implicând peste 100.000 de subiecţi, devine şi mai categorică : vizionarea scenelor şi imaginilor cu violenţă este asociată cu comportamentul agresiv.

5. Modalităţi de prevenire şi reducere a agresivităţii

Tot mai mulţi autori tind să adopte punctul de vedere conform căruia agresivitatea este rezultatul unor multiple influenţe, printre care *evenimentele externe* (de exemplu, provocare, frustrare), *cogniţii* privind aceste evenimente (atribuiri, amintiri, scenarii), *diferenţe individuale* de-a lungul unor dimensiuni-cheie (de exemplu, structura comportamentală de tip A). Ca atare, agresivitatea nu este un răspuns automat, programat. De aici concluzia conform căreia agresivitatea poate fi *prevenită* sau cel puţin *redusă* (Baron şi Byrne, 1991). Sunt cunoscute deja unele căi propuse. Una între cele mai vechi este *catharsisul*, legat de aşa-numitul „*model hidraulic*" (energia agresivă acumulată ca urmare a impulsurilor instinctuale sau a frustrării resimte nevoia descărcării). Trebuie găsite însă modalităţile de descărcare a tensiunii emoţionale şi de reducere a pornirii către conduita agresivă. Cel mai frecvent întâlnite par a fi următoarele (Iluţ, 1994) : a) vizionarea de materiale cu multe scene violente, cum ar fi piese de teatru, filme, spectacole sportive etc. (idee teoretizată încă de Aristotel) ; b) consumarea tendinţei agresive la nivelul imaginarului, al fanteziilor (teorie dezvoltată de S. Freud) ; c) angajarea în acţiuni violente efective, dar fără consecinţe antisociale (practicarea unor sporturi, agresivitate faţă de obiecte neînsufleţite), idee anticipată deja de Platon. Cercetările experimentale au condus însă, după cum s-a mai menţionat, la concluzia cvasigeneralizată potrivit căreia modalităţile de substituire a comportamentului agresiv nu conduc la o reducere a violenţei, ci, dimpotrivă, la o potenţare şi o intensificare a ei. Astfel, concret, investigaţiile au scos în evidență faptul că agresivitatea deschisă nu este redusă de: 1) vizionarea scenelor violente din filme sau din emisiunile de televiziune (Geen, 1978); 2) atacarea obiectelor (Mallick și McCandless, 1966); 3) agresiunea verbală împotriva altora (Baron și Byrne, 1991). Există indicii clare că agresivitatea poate realmente să fie mărită de fiecare din aceste condiții.

O altă cale de reducere a agresivității, folosită din cele mai vechi timpuri și în cele mai diverse forme, este *pedeapsa*. De cele mai multe ori, ea se aplică în urma manifestării agresivității, în vederea sancționării acesteia și, totodată, cu intenția clară de a preveni repetarea actelor de violență. Pedepsele pot fi instituționalizate (cum ar fi cazul sancțiunilor juridice) și neinstituționalizate (cum ar fi cele din cadrul familiei). În ce măsură pedeapsa aplicată previne reiterarea comportamentului agresiv este greu de răspuns. Recidivismul este un exemplu clar al eșecului programului de recuperare bazat pe pedeapsă.

După unii autori, pentru ca pedeapsa să fie eficientă, trebuie să fie îndeplinite câteva condiții și anume (Bower și Hilgard, 1981): 1) pedeapsa trebuie să fie *promptă* – trebuie să urmeze cât mai repede posibil agresivității; 2) trebuie să fie *intensă* – adică să aibă o magnitudine suficientă pentru a fi înalt aversivă pentru cei care ar putea să o primească; 3) trebuie să fie *probabilă* – probabilitatea ca ea să urmeze acțiunile agresive trebuie să fie destul de mare. Dar, din păcate, aceste condiții lipsesc din sistemul judiciar al multor țări. Într-adevăr, în multe societăți, aplicarea pedepsei pentru acțiuni agresive este întârziată luni și chiar ani, magnitudinea pedepsei este variabilă de la un loc la altul și, mai grav, este cunoscut faptul că multe crime violente rămân nepedepsite. Din aceste motive, nu este surprinzător faptul că pedeapsa a eșuat în a funcționa ca un mijloc eficient de intimidare a infractorilor potențiali.

În cadrul familiei, după cum s-a mai arătat, sistemul educațional folosit de părinți, bazat pe sancțiuni severe, inclusiv agresiunea fizică, are un impact clar negativ asupra evoluției și dezvoltării copilului. Încă din 1953, Sears *et al.* (*cf.* Sears *et al.*, 1953) au arătat că acei copii care au fost sever pedepsiți de către părinți pentru conduita lor agresivă se comportă mult mai agresiv în afara familiei decât acei copii care au fost mai puțin sever pedepsiți în familie pentru actele lor comportamentale agresive.

O altă cale de reducere a agresivității o constituie *reducerea efectelor învățării sociale*. După cum demonstrează teoriile învățării sociale (Bandura, 1986), comportamentul agresiv se imită și se învață. Deci pentru a preveni realizarea unor asemenea achiziții comportamentale, trebuie evitat pe cât posibil contactul copilului cu modelele de conduită agresivă. De asemenea, în munca educativă trebuie insistat pe direcția realizării unor „frâne agresivo-inhibitive" care să-l ferească pe subiect, din interior, de angajarea în confruntări de natură agresivă. Un obiectiv central al muncii educative îl constituie formarea unui model de tip „conduită amânată" care, în urma raționalizării situației conflictuale, a efectelor și consecințelor posibile, îl ajută pe subiect să nu dea curs imediat oricărei provocări de natură agresivă. Desigur, munca educativă, desfășurată atent și temeinic, conduce la formarea mai generală a unor deprinderi și abilități de raportare și comunicare interpersonală și socială, la formarea unor capacități empatice și a unor aptitudini pentru parteneriat, toate acestea funcționând, la rândul lor, ca mijloace de frânare și reducere până la disparitate a tendințelor de adoptare a comportamentului agresiv.

Şi alte tehnici pentru reducerea agresivităţii pot fi menţionate (Baron, 1983): a) *expunerea la modele nonagresive*; persoanele expuse la asemenea modele au demonstrat mai târziu niveluri mai scăzute ale agresivităţii, chiar dacă erau provocate; b) *formarea deprinderilor sociale*; există persoane care nu ştiu cum să ofere un eventual feedback altor persoane (de exemplu, critica), iar modul în care o fac provoacă supărarea şi enervarea partenerilor. De asemenea, ei nu ştiu să-şi exprime dorinţele faţă de alţii, au un stil abraziv de autoexprimare şi sunt insensibili faţă de stările emoţionale ale altora. Desigur, învăţarea şi formarea unor deprinderi sociale ar reduce foarte mult incidenţa agresivităţii; c) *răspunsuri incompatibile: starea afectivă pozitivă ca mijloc de reducere a supărării*; această tehnică se bazează pe principiul: este imposibil să te angajezi în două răspunsuri incompatibile sau să trăieşti simultan două stări emoţionale incompatibile. Concret, când unor persoane supărate li se induc reacţii sau stări emoţionale incomaptibile cu supărarea sau agresivitatea (de exemplu, empatie, umor etc.), acestea vor arăta niveluri reduse ale agresivităţii (Baron, 1983; Ramirez, Bryant, Zillmann, 1983). Această reducere se produce deoarece emoţiile pozitive, determinate de asemenea reacţii, reduc intensitatea emoţiilor negative ce provin din frustrare sau enervare. Şi în urma instalării stărilor emoţionale pozitive se reduc nivelurile foarte înalte ale provocării asociate cu supărarea extremă.

Bibliografie

Bandura, A. (1986). The social learning perspective. Mechanisms of aggression. În H. Toch. *Psychology of Crime and Criminal Justice*. Prospect Heights: Waveland, Press Inc.

Baron, R.A. (1974). The aggression-inhibiting influence of heightened sexual arousal. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, 318-322.

Baron, R.A. (1977). *Human Aggression*. New York: Plenum.

Baron, R.A. (1983). The control of human aggression. An optimistic perspective. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 1.

Baron, R.A.; Byrne, D. (1991). *Social Psychology. Understanding Human Interaction*, Boston: Allyn and Bacon.

Berkowitz, L. (1984). Some effects of thought on anti- and pro-social influence of media events. A cognitive neoassociation analysis. *Psychological Bulletin*, 95, 410-427.

Berkowitz, L. (1988). Frustration, appraisals and aversively stimulated aggression. *Aggressive Behavior*, 14, 3-11.

Berkowitz, L. (1989). Frustration-aggression hypothesis: Examination and reformulation. *Psychological Bulletin*, 106, 59-73.

Bogdan, T.; Sântea, I. (1988). *Analiza psihosocială a victimei. Rolul ei în procesul judiciar*. Bucureşti: M.I., Serviciul Editorial şi Cinematografic. 48-51.

Boulding, K.E. (1989). *Three Faces of Power*. Newbury Park, California: Sage.

Bower, G.H.; Hilgard, E.R. (1981). *Theories of Learning* (ed. a V-a). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Carlsmith, J.M.; Anderson, C.A. (1979). Ambient temperature and the occurrence of collective violence: a new analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 337-344.

Carlson, M. ; Marcus-Newhall, A. ; Miller, N. (1989). Evidence for a general construct of aggression. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 15, 377-389.

Dodge, K.A. ; Coie, J.D. (1987). Social-information-processing factors in reactive aggression in children's peer groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 1146-1158.

Dollard, J. ; Doob, L. ; Miller, N. ; Mowrer, O. ; Sears, R. (1939). *Frustration and Aggression*. New Haven, Conn. : Yale University Press.

Donnerstein, E. (1983). Erotic and human aggression. În G.R. Green şi E. Donnerstein (eds.). *Aggression : Theoretical and Empirical Review* (vol. 1). New York : Academic Press.

Dragomirescu, T.V. (1990). *Determinism şi reactivitate umană*. Bucureşti : Editura Ştiinţifică.

Eagly, A.H. ; Steffen, V.J. (1986). Gender and aggressive behavior : a meta-analytic review of the social psychological literature. *Psychological Bulletin*, 100, 309-330.

Eibl-Eibesfeldt, I. (1995). *Agresivitatea umană*. Bucureşti : Editura Trei.

Fesbach, S. (1984). The catharsis hypothesis, aggressive drive and the reduction of aggression. *Aggressive Behavior*, 10, 91-101.

Freud, S. (1921). Psychologie collective et analyse du moi (trad. din germană *Massenpsychologie*). *Essais de psychanalyse*. Paris : Payot, 1927.

Frodi, A. (1977). Sexual arousal, situational restrictiveness and aggressive behavior. *Journal of Research in Personality*, 11, 48-58.

Gelles, R. (1973). Child abuse as psychopathology. *American Journal of Orthopsychiatry*, 43, 611-621.

Geen, R.G. (1978). Some effects of observing violence upon the behavior of the observer. În B.A. Maher (ed.). *Progress in Experimental Personality Research* (vol. 8). New York : Academic Press.

Glass, D.C. (1977). *Behavior Patterns, Stress, and Coronary Disease*. Hillsdale, NJ : Erlbaum.

Golu, P. (2000). *Fundamentele psihologiei sociale*. Constanţa : Editura Ponto.

Hearold, S. (1986). A synthesis of 1043 effects of television on social behavior. În G. Comstock (ed.). *Public Communication and Behavior* (vol. 1). Orlando, Fl. : Academic Press.

Iluţ, P. (1994). Comportament prosocial – comportament antisocial. În I. Radu (coord.). *Psihologie socială*. Cluj-Napoca : Editura Exe.

Kimble, C.E. (1990). *Social Psychology. Studying Human Interaction*. Wm. C. Brown P Publishers.

Mallick, S.K. ; McCandless, B.R. (1998). A study of catharsis of aggression. În *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 591-596.

Merrill, E. (1962). Physical Abuse of Children. În V. Francis (ed.). *Protecting the Battered Child*. Denver : American Human Association.

Mitrofan, N. ; Zdrenghea, V. ; Butoi, T. (2000). *Psihologie judiciară*. Bucureşti : Editura Mihaela Press SRL.

Myers, D.G. (1990). *Social Psychology* (ed. a II-a). McGraw-Hill Publishing Company.

Ramirez, J. ; Bryant, J. ; Zillmann, D. (1983) : Effects of erotica on retaliatory behavior as a function of level of prior provocation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 971-978.

Rushton, J.P. (1989). Genetic similarity in male friendship. *Ethology and Sociobiology*, 10, 361-375.

Sears, R.R. ; Whiting, J.W.M. ; Novalis, J. ; Sears, P.S. (1953). Child rearing antecedents of aggression and dependency in young chidren. *Genetic Psychology Monographs*, 47, 135-234.

Segall, M.H. (1988). Cultural roots of aggressive behavior. În C. Bound (ed.). *The Cross Cultural Challenge to Social Psychology*. Newbury Park, California : Sage.

Sorel, E. (1999). Violenţa la sfârşitul secolului XX (extrase din conferinţă). *Revista de Criminologie şi de Criminalistică*, 1.

Spinetta, J.; Riegler, D. (1972). The child abusing parent. *Psychological Bulletin*, 77, 296-304.

Strube, M.; Turner, C.W.; Cerro, D.; Stevens, J.; Hinchey, F. (1984). Interpersonal aggression and the Type A coronary-prone behavior pattern : A theoretical distinction and practical implications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 839-847.

Toch, H. (1986). *Psychology of Crime and Criminal Justice*. Prospect Heights, Illinois : Waveland Press Inc.

Wilson, E.O. (1975). *Sociobiology : The New Synthesis*. Cambridge, MA : Harvard University Press.

Worchel, S.; Cooper, J.; Goethals, R.G. (1991). *Understand Social Psychology*. Pacific Grove, California : Brooks/Cole Publishing Company.

Zillmann, D. (1978). *Hostility and Aggression*. Hillsdale, NJ : Erlbaum.

Zillmann, D. (1984). *Connections Between Sex and Aggression*. Hillsdale, NJ : Erlbaum.

Comportament prosocial

Septimiu Chelcea

PREFAȚĂ

Vom prezenta în acest capitol un comportament definitoriu pentru individ și societate: *comportamentul prosocial*. După precizările terminologice necesare, vom examina *teoriile explicative* ale acestui tip de comportament, intrat în conul de lumină al cercetării științifice doar de trei-patru decenii. Considerăm că *teoria acțiunii sociale* poate oferi cadrul unei explicări integraliste adecvate. Ne-am concentrat asupra răspunsurilor date de cercetarea psihosociologică la două întrebări: *de ce* își acordă oamenii ajutor și *când* realizează, foarte probabil, acest lucru? *Emergența* comportamentului prosocial ne-a interesat în mod deosebit, pentru că într-o societate bazată pe concurență, cum este cea în care trăim, *altruismul* nu trebuie să fie privit ca un comportament deviant. Noi credem că omul se caracterizează esențial prin *comportamentul de ajutorare* a semenilor, nu prin comportamentul agresiv, antisocial.

1. Bunul și răul samaritean din noi și de lângă noi

Scena străzii, în orice oraș din lume, ne oferă posibilitatea întâlnirii atât cu bunul, cât și cu răul samaritean. Un accident de circulație nu-i lasă indiferenți pe cei mai mulți dintre trecători. Unii se implică, acordă prim-ajutor victimei, o transportă de urgență la cel mai apropiat spital. Alții rămân doar spectatori, o compătimesc sau nici măcar atât: își continuă drumul ca și când nu s-ar fi întâmplat nimic. Primii, asemenea bunului samaritean din parabola lui Iisus, dezvoltă un *comportament prosocial*, ceilalți sunt samariteni răi, care par că nu și-au însușit din Biblie decât învățătura: „Cine trece pe drum și printre ce nu-i al lui se amestecă e asemenea omului ce câinele și-apucă de urechi” (*cf.* Eysenck și Eysenck, 1981/1998, p. 19).

Caseta 1

Parabola bunului samaritean

„Un om cobora de la Ierusalim la Ierihon, şi a căzut între tâlhari, care, după ce l-au dezbrăcat şi l-au rănit, au plecat, lăsându-l aproape mort. Din întâmplare, un preot cobora pe calea aceea şi, văzându-l, a trecut pe alături. De asemenea, şi un levit, ajungând în acel loc şi văzând, a trecut pe alături. Iar un samaritean, mergând pe cale, a venit la el şi, văzându-l, i s-a făcut milă şi, apropiindu-se, i-a legat rănile, turnând pe ele untdelemn şi vin, şi, punându-l pe dobitocul său, l-a dus la o casă de oaspeţi şi a purtat grijă de el. Iar a doua zi, scoţând doi dinari, i-a dat gazdei şi i-a zis : «Ai grijă de el şi, ce vei mai cheltui, eu, când mă voi întoarce, îţi voi da»" (*Luca* 10.30-35).

Abordarea psihosociologică a comportamentului prosocial este de dată relativ recentă, însă reflecţii despre acest tip de comportament se regăsesc din Antichitate. Filosoful stoic roman Lucius Annaeus Seneca (cca 4 î.Hr. – 65 d.Hr.) considera că datorăm recunoştinţă celui care ne-a făcut un bine, chiar dacă răul făcut mai târziu este cu mult mai mare : „Deşi răul făcut trage mai mult, ce prisoseşte din rău să fie lăsat de hatârul binelui. Răul e mai mare, dar binele e făcut mai înainte. Trebuie, prin urmare, să ţinem seama şi de timp" (Seneca, 58/1967, p. 243). Reflecţiile lui Seneca despre recunoştinţă ni se par cât se poate de actuale pentru psihosociologia comportamentului prosocial. Autorul lucrării *De beneficii* spunea : „Răsplata unei fapte bune este a fi făcut-o" sau „Sunt recunoscător nu fiindcă îmi foloseşte, ci fiindcă îmi face plăcere". Nu trebuie decât să înlocuim termenii „faptă bună" şi „recunoştinţă" cu cel de „comportament prosocial" pentru a avea o lectură modernă a textului. În ceea ce priveşte remarca : „Trebuie să ţinem seama şi de timp", considerăm că poate fi reformulată ca lege a *retrosecvenţei temporale* : ajutorul acordat anterior atrage comportamente prosociale, chiar dacă ulterior binefăcătorul a provocat suferinţe fizice sau psihice. Dacă binefacerea este la fel de semnificativă ca şi actul ostil ulterior, atunci distanţa în timp dintre cele două acţiuni cu semn contrar determină apariţia comportamentului prosocial. Cu cât această distanţă este mai mare, cu atât posibilitatea emergenţei comportamentului prosocial este mai redusă. De asemenea, intră în joc şi timpul ce desparte acţiunea ostilă de cererea ajutorului de către binefăcătorul de altădată. Dacă o persoană te-a lăudat în public şi apoi, după ani, te-a blamat public, probabilitatea de a-i acorda sprijin (în eventualitatea că ţi-l cere) este mult mai mică decât în cazul când binele făcut a premers doar cu câteva zile sau săptămâni răul pe care ţi l-a provocat prin descalificarea ta publică. Legea retrosecvenţei temporale, formulată de noi (Chelcea, 1996, p. 442), ia în calcul şi timpul scurs de la suportarea actului ostil până la momentul solicitării ajutorului : cu cât durata acestuia este mai mare, cu atât mai mare va fi şi şansa apariţiei comportamentului de ajutorare.

Potrivit lui John F. Dovidio (1995, p. 290), mai mult de 98% din cercetările de psihosociologie a comportamentului prosocial au fost publicate după 1960 şi, în evoluţia acestora, s-au înregistrat mai multe etape : la jumătatea anilor '60, cercetările s-au centrat pe *normele responsabilităţii şi reciprocităţii* ; la începutul deceniului al optulea cercetările s-au orientat spre descifrarea *apatiei spectatorului* ; identificarea factorilor care inhibă comportamentul de ajutorare a constituit tema principală a studiilor de la jumătatea anilor 1970-1980 ; în deceniul al nouălea s-a studiat în principal *când* (în ce condiţii) şi *de ce* (ce factori determină) oamenii îşi acordă ajutor ; în fine, cercetările de după 1990 s-au concentrat în direcţia clarificării motivaţiei comportamentului prosocial.

2. Ce este comportamentul prosocial ?

Ca şi alte fenomene psihosociale, comportamentul prosocial este definit oarecum diferit în lucrările de circulaţie internaţională. Mai mult, unii autori de referinţă preferă să utilizeze termenii „altruism" (Albrecht, Thomas şi Chadwick, 1980 ; Meyers, 1983/1987 ; Michener, DeLamater şi Schwartz, 1986 ; Moscovici, 1994/1998), „comportament de ajutorare" (Doivido, 1995 ; Raven şi Rubin, 1976 ; Saks şi Krupat, 1988) sau „acţiune socială pozitivă" (Gergen, Gergen şi Jutras, 1981/1992) în locul celui de „comportament prosocial" (Baron şi Byrne, 1974/1981 ; Bar-Tal, 1976 ; Baum, Fisher şi Singer, 1985 ; Bierhoff şi Klein, 1988 ; Feldman, 1985) sau alături de acesta. În continuare vom folosi termenii menţionaţi interşanjabili – aşa cum procedează şi Bierhoff şi Klein (1988, p. 246) –, conştienţi fiind că, prin simplificare didactică, se pierd unele nuanţe, mai ales în ceea ce priveşte raportul dintre comportamentul prosocial şi *altruism*.

Caseta 2

Altruismul

„Deoarece toate definiţiile sunt de acord că altruismul presupune sacrificiu de sine şi întrucât orice sacrificiu trebuie, într-o oarecare măsură, să rănească *ego*-ul pentru a fi sacrificiu de sine, ecuaţia psihologică «altruism = sociabilitate» rezultă direct din definiţia altruismului pe care am ales-o, fie ea ştiinţifică sau morală. În acest fel, aspectul altruismului pur care loveşte *ego*-ul nu face obiectul unei probleme puse în termeni psihologici : «adevăraţii altruişti» acţionează, după definiţia lui Macaulay şi Berkowitz («comportamentul care se realizează în beneficiul celuilalt, fără a se aştepta recompensa unei surse externe», 1970, p. 3), împotriva interesului propriu" (Moscovici, 1994/1998, p. 64).

Potrivit lui Janusz Reykowski (1976), unul dintre fondatorii noii orientări de studiu, comportamentul prosocial se defineşte prin aceea că este orientat spre ajutorarea, protejarea, sprijinirea, dezvoltarea celorlalte persoane, fără aşteptarea unei recompense externe (*apud* Mamali, 1978, p. 592). Alţi autori consideră că acest tip de comportament poate fi definit ca „acţiunea ce nu aduce beneficii decât celui care primeşte ajutor" (Baron şi Byrne, 1974/1981, p. 262). În fine, Baum, Fisher şi Singer (1985, p. 200) înţeleg prin comportament prosocial acele „acte intenţionate care ar putea avea consecinţe pozitive pentru alţii", fără a se anticipa vreo răsplată. Bierhoff (1987, p. 113) menţiona cele două condiţii necesare şi suficiente, după opinia sa, pentru identificarea comportamentelor prosociale: intenţia de a ajuta alte persoane şi libertatea alegerii, acordarea ajutorului în afara obligaţiilor profesionale. Acelaşi autor făcea trimitere la Bar-Tal (1976), care a adăugat o a treia restricţie: în afara intenţionalităţii şi absenţei obligaţiilor de serviciu, comportamentul să fie realizat fără aşteptarea recompenselor externe.

Definiţiile puse în circulaţie de autorii citaţi, precum şi altele, pe care nu considerăm necesar a le mai reproduce, au meritul de a indica notele esenţiale ale conceptului, dar îi conferă acestuia un înţeles prea îngust, reducându-l la sfera altruismului. După opinia noastră, altruismul nu constituie decât o subspecie a comportamentului prosocial, care trebuie înţeles ca fiind *acel comportament intenţionat, realizat în afara obligaţiilor de serviciu şi orientat spre susţinerea, conservarea şi promovarea valorilor sociale*. Astfel definit, termenul „comportament prosocial" dobândeşte o extensie mai mare, cuprinzând fenomene foarte variate: ajutorarea semenilor, apărarea proprietăţii, jertfa de sine pentru dreptate, pentru integritatea şi independenţa patriei. Ajutorarea, protejarea şi sprijinirea dezvoltării celorlalţi ocupă o poziţie centrală în sistemul comportamentelor prosociale, omul fiind valoarea socială supremă.

Definiţia propusă de noi necesită câteva precizări. Nu orice comportament cu consecinţe pozitive în plan axiologic poate fi caracterizat ca prosocial. El trebuie să fie intenţionat, realizat în mod conştient. Prezenţa intenţiei de sprijinire a valorilor sociale este aşadar obligatorie. Dacă o persoană se află întâmplător în faţa porţii unei întreprinderi industriale şi prin aceasta împiedică un răufăcător să sustragă bunuri din respectiva unitate economică, asta nu înseamnă că realizează un comportament prosocial, deşi consecinţa este cât se poate de pozitivă. Ar fi putut fi vorba de un comportament prosocial dacă respectiva persoană şi-ar fi propus să împiedice prin prezenţa sa comiterea infracţiunii. Şi aceasta nu e totul. Ar fi trebuit ca respectiva persoană să nu fie în exerciţiul funcţiunii şi să nu urmărească obţinerea vreunei gratificaţii externe (felicitări publice, premii, ordine sau medalii etc.). Ne dăm imediat seama că unele comportamente sunt foarte uşor de identificat ca fiind prosociale. Altele impun însă analize mai subtile, iar includerea lor în categoria comportamentelor prosociale rămâne discutabilă. După opinia noastră, ca şi în cazul comportamentelor antisociale, *discernământul* califică în cele din urmă comportamentul. Persoana care acordă ajutor şi-a dat seama de la început de urmările pozitive ale faptei sale sau a conştientizat aceasta pe parcurs, chiar după consumarea acţiunii? Destul de greu de spus. Şi apoi, cum putem stabili cu un grad de probabilitate acceptabil altfel decât *post factum* că nu s-a urmărit şi o recompensă externă? Nici declaraţiile subiectului, nici faptele de observaţie nu par deplin revelatoare, astfel că interpretarea datelor de cercetare din acest domeniu trebuie făcută cu maximă prudenţă.

3. Teorii explicative

Referitor la comportamentul prosocial s-au conturat trei tipuri de teorii: sociologice (teoriile normative), psihologice (teoriile învăţării, cost-beneficu, a afectelor, a stimei de sine) şi biologice (sociobiologia) (*cf.* Myers, 1983/1987, p. 455). Fiecare dintre aceste teorii explică un aspect sau altul al comportamentului prosocial, fără a-l epuiza însă. Le vom examina pe rând.

Teorii sociologice. Oamenii îşi acordă reciproc ajutor ; este de natura evidenţei. În procesul socializării am învăţat că „prietenul la nevoie se cunoaşte" şi ne comportăm ca atare, fără a urmări vreo recompensă exterioară. Pur şi simplu simţim că nu putem proceda altfel. Ne considerăm obligaţi să acordăm ajutor cu atât mai mult cu cât cei care au nevoie de el sunt mai dependenţi de noi. În primul rând, ne ajutăm copiii când sunt de vârstă mică, dar şi după aceea. Soţia, părinţii în vârstă, rudele, prietenii, colegii, vecinii, persoanele necunoscute beneficiază de ajutorul nostru în măsura în care percepem dependenţa lor de noi. În astfel de situaţii funcţionează aşa-numita *normă a responsabilităţii sociale*. Ne subordonăm ei nu pentru a fi recompensaţi, ci pentru că ne simţim satisfăcuţi când atingem standardele morale interne (Berkowitz, 1973). Când, din diferite cauze obiective, nu reuşim să satisfacem cerinţele normei responsabilităţii sociale, suntem complexaţi de tristeţe, avem un puternic sentiment de vinovăţie. Experienţele de acest fel din trecut ne îndeamnă să acordăm ajutor celor dependenţi de noi. Va trebui însă să fim convinşi că respectiva persoană este dependentă de noi. Expresia : „Numai tu mă poţi ajuta!" face situaţia foarte clară. S-a observat însă că norma responsabilităţii sociale se aplică diferenţiat : înclinăm să ajutăm, în mod deosebit, persoanele dependente de noi despre care avem o părere bună (Berkowitz, 1973), pe cele care au ajuns într-o situaţie foarte critică fără a se face vinovate în vreun fel – mai degrabă ajutăm vecinul căruia i-a ars casa din cauza unui scurtcircuit electric în timpul unei furtuni decât pe cel care „şi-a dat singur foc casei", adormind cu ţigara aprinsă în pat. Cei care „şi-o fac cu mâna lor" sunt mai puţin ajutaţi, chiar dacă depind de noi. Să ne gândim la copiii care nu ascultă de părinţi... Cu deplin temei Mayers (1983/1987, p. 450) spunea, referindu-se la pilda biblică : „Dacă ar exista numai norma reciprocităţii, samariteanul nu ar fi bunul samaritean". Pentru că a acţionat conform normei responsabilităţii sociale a devenit Bunul Samaritean. Aşadar în afara normei responsabilităţii sociale, acordarea ajutorului mai este reglementată şi de *norma reciprocităţii* : când cineva te ajută, trebuie să răspunzi în acelaşi fel. Altfel spus : când îi ajutăm pe alţii, facem o investiţie, apoi aşteptăm „dividendele". Paremiologia, disciplină ştiinţifică ce are ca obiect de studiu proverbele, a reţinut existenţa la mai toate popoarele a unor proverbe ce exprimă norma reciprocităţii. Ele se rezumă la „a plăti cu aceeaşi monedă" sau, în termenii Bibliei, „ochi pentru ochi şi dinte pentru dinte". Să-l ajuţi pe cel care te-a ajutat cândva : aceasta este *regula de aur* în orice relaţie interpersonală şi se regăseşte, ca şi *tabuul incestului*, în toate societăţile (Gouldner, 1960). Norma reciprocităţii funcţionează cu precădere în grupurile mici, în colectivităţile izolate, în micile oraşele. Ea este intim legată de *principiul echităţii* : în relaţiile interpersonale fiecare aşteaptă să primească beneficii proporţional cu ceea ce a investit. Norma reciprocităţii se aplică în funcţie de circumstanţe : dacă cel care primeşte ajutorul percepe intenţionalitatea actului, dacă evaluează corect proporţionalitatea dintre costul ajutorului şi resursele persoanei care îl oferă, atunci probabilitatea de a apela la norma reciprocităţii creşte (Saks şi Krupat, 1988, p. 350). S-a constatat că norma reciprocităţii se aplică mai frecvent între persoane cu acelaşi status socio-economic, că persoanele cu *stimă de sine* mai redusă nu urmăresc reciprocitatea Fischer, 1983 ; Nadler, 1985).

Teoria învăţării sociale poate explica şi ea, într-o anumită măsură, emergenţa comportamentului prosocial, atât prin *persuasiune*, cât şi prin *învăţare observaţională*. Cererea ajutorului a fost studiată din punctul de vedere al caracteristicilor mesajului. Remarca lui Seneca de acum două mii de ani pare a fi valabilă şi azi : omenirea nu a învăţat nici să ceară, nici să ofere ajutor. Modul în care se solicită ajutorul influenţează realizarea efectivă a comportamentului prosocial. Cerut cu prea multă insistenţă, ultimativ, ajutorul întârzie sau nu se mai oferă deloc. Studiile experimentale au arătat că moderaţia în solicitarea ajutorului este mai eficientă decât insistenţa (Horowitz, 1968). Probabil că atunci când ajutorul se solicită prea insistent, intervine ceea ce Brehm (1966) numea *reactanţă psihică*. Prin analogie cu fenomenele din fizică (reactanţa reprezintă opoziţia elementelor de circuit la trecerea curentului electric şi este dependentă de frecvenţa acestuia), se apreciază că procesele psihice se caracterizează printr-o anumită inerţie, printr-o rezistenţă indusă : când ni se limitează libertatea de acţiune, resimţim o stare emoţională negativă ce declanşează dorinţa de a acţiona în conformitate cu opţiunile proprii. Insistenţa agresivă în solicitarea ajutorului ameninţă libertatea opţiunii şi, dată fiind reactanţa psihică, indivizii evită acordarea ajutorului. Are loc un *efect de bumerang*. Pe de altă parte, prin experimente de laborator s-a demonstrat că expunerea la modele prosociale sporeşte probabilitatea producerii lor la persoanele care le observă. Unor copii de 6-9 ani li s-au proiectat filme cu scene în care protagoniştii acordau ajutor, şi altora, filme în care lipseau astfel de scene. S-au măsurat apoi atitudinile prosociale ale copiilor din gupul experimental şi din grupul de control. S-a constatat că intensitatea atitudinilor prosociale era mai mare la copiii care vizionaseră filmul cu scene de comportament prosocial (Bryan şi Waleck, 1970). Într-un alt experiment s-a evidenţiat că frecvenţa comportamentelor prosociale sporeşte după vizionarea filmelor cu mesaj altruist (Underwood *et al.*, 1977).

Teorii psihologice. În cadrul acestora, *teoria cost-beneficiu* deschide o perspectivă inedită în explicarea comportamentului prosocial. Această teorie este în consonanţă cu *teoria echităţii*, aşa cum se conturează din lucrările lui Homans (1961), Adams (1965), Blau (1964), Walster, Walster şi Piliavin (1973), Walster, Walster şi Traupamann (1978), întemeiată pe următoarele teze : oamenii tind să menţină echitatea în relaţiile interpersonale, pentru că relaţiile inechitabile produc disconfort psihic ; gradul de inechitate în relaţia dintre două persoane poate fi calculat din raportul :

$$\frac{\text{Ceea ce dă persoana A}}{\text{Ceea ce primeşte persoana A}} = \frac{\text{Ceea ce dă persoana B}}{\text{Ceea ce primeşte persoana B}}$$

Aşa cum remarca Adams (1965), gradul de inechitate este cu atât mai mare cu cât este mai favorabil raportul primei persoane faţă de raportul celei de-a doua ; felul în care oamenii răspund unui anumit nivel de inechitate depinde de modul lor de comparare şi de obişnuinţa lor : dacă au fost deprinşi cu interacţiuni corecte, vor reacţiona mai puternic decât dacă s-au obişnuit cu inechitatea ; oamenii încearcă să elimine *distresul* (stresul negativ) provocat de relaţiile interpersonale inechitabile, restabilind echitatea. Cu cât se resimte mai puternic inechitatea, cu atât tendinţa de reinstaurare a echităţii va fi mai accentuată. Analiza cost-beneficiu se concentrează pe cea de-a doua teză a teoriei echităţii, pe raportul dintre ceea ce dă (costul acţiunii) şi ceea ce primeşte (beneficiu) o anumită persoană. Prin cost se înţelege o gamă largă de factori de natură materială, financiară, dar şi ideală, psihică : consumarea unor bunuri materiale, cheltuirea unor sume de bani, ocuparea timpului, efortul fizic, oboseala psihică, depresia, durerea, tristeţea, pierderea stării de sănătate, primejduirea vieţii. Asemănător, beneficiul include atât recompensele externe (bani, stima celorlalţi, ajutorul reciproc etc.), cât şi recompensele interne (sporirea stimei de sine, satisfacţie, dobândirea sentimentului competenţei ş.a.m.d.). Analiza cost-beneficiu stipulează că îi vom ajuta pe alţii dacă apreciem că beneficiul va depăşi costul implicat de ajutorul dat. De altfel, şi bunul-simţ ne spune că oamenii sunt mai dispuşi să ofere când nu li se pretinde prea mult decât atunci când trebuie să facă eforturi deosebite pentru a acorda ajutor. Mult mai lesne ajutăm cu vorba decât cu fapta. Latané şi Darley (1970, p. 10) au verificat această aserţiune printr-un experiment de teren, arătând că frecvenţa ajutorării este invers proporţională cu costul comportamentului : cu cât costul este mai ridicat, cu atât frecvenţa actelor de întrajutorare este mai redusă. Datele statistice comentate de cei doi psihosociologi ni se par revelatoare (tabelul 1).

Tabelul 1. Frecvenţa răspunsurilor la diferite solicitări
(*apud* Latané şi Darley, 1970, p. 10)

„Vă rog să mă scuzaţi, puteţi…	**Nr. persoanelor**	**Procentul celor care au răspuns solicitării**
a. să-mi spuneţi cât este ceasul ?”	92	85%
b. să-mi spuneţi cum să ajung în Times Square ?”	90	84%
c. să-mi schimbaţi 25 de cenţi ?”	90	73%
d. să-mi spuneţi cum vă cheamă ?”	277	39%
e. să-mi daţi 10 cenţi ?”	284	34%

Proporţia comportamentelor prosociale depinde, fără îndoială, de foarte mulţi factori – nu în ultimul rând, de sistemul socio-cultural în care s-a desfăşurat experimentul –, dar costul implicat de acordarea ajutorului pare a fi hotărâtor : cu cât costul este mai ridicat, cu atât probabilitatea de a-i ajuta pe alţii este mai redusă. Trebuie să facem însă distincţie între *costul real* şi *costul antecalculat* (perceput) al ajutorului. Experienţa trecută ne permite să evaluăm costul real al comportamentelor noastre şi ne ajută să anticipăm costurile viitoarelor noastre acţiuni. Factorii situaţionali şi de altă natură pot introduce corecţii serioase, astfel că uneori anticipăm un cost disproporţionat de ridicat faţă de costul real. În astfel de cazuri, tendinţa de a-i ajuta pe cei în suferinţă este mai scăzută. Avem în vedere atât costurile materiale, cât şi mai ales, costurile morale : pierderea stimei de sine, a prestigiului în fața celorlalți etc. Piliavin, Rodin și Piliavin (1969) observau că oamenii sunt mai puțin dispuși să-i ridice de pe trotuar pe cei „doborâți" de băutură, să-i însoțească pe nevăzători, să-i sprijine pe cei oribil mutilați, pentru că își închipuie un cost prea ridicat al ajutorului, și anume diminuarea prestigiului lor prin asocierea cu astfel de persoane. Așa se face că îi ocolim tocmai pe cei care au cel mai mult nevoie de ajutor. În încercarea de a-i ajuta pe alții putem să eșuăm, să ajungem într-o situație la fel de dificilă, dacă nu mai critică decât cea a victimei. Un înotător mediocru va evita să se arunce în apă pentru a salva o persoană în pericol să se înece. Cu cât individul este mai competent și are mai mult *control* asupra situației (o poate influența mai mult), cu atât mai probabil că va acorda ajutor. Hoffman (1976) explică aceasta prin costul mai scăzut al ajutorului. Schwartz și Clausen (1970) apreciau că, pentru o persoană competentă în domeniul în care se solicită ajutor, costul comportamentelor prosociale este mai scăzut decât pentru persoanele care nu știu cum să intervină, lipsite de competență. Ajutorul de primă urgență în situațiile ce impun reanimarea ilustrează valoarea de adevăr a acestei aserțiuni. Competența în acordarea ajutorului crește dacă suntem familiarizați cu mediul natural și social în care se desfășoară acțiunea (Granet, 1970). Toate aceste constatări, care probează faptul că ajutorul dat depinde de costul real sau antecalculat, au nu numai valoare explicativă, dar și profunde semnificații formative : putem spori frecvența comportamentelor prosociale mărind competența oamenilor, învățându-i cum să acorde ajutor, sprijinindu-i să cunoască terenul ș.a.m.d. Alte experimente au pus în evidență importanța beneficiului în realizarea comportamentelor prosociale. Dacă anterior am fost răsplătiți pentru comportamentul nostru prosocial, foarte probabil că vom manifesta tendința de reiterare a acestui tip de comportament. Moss și Page (1972) au testat rolul recompensei din trecut în acordarea ajutorului în viitor. Ei întrebau trecătorii de pe stradă despre o anumită adresă, iar la primirea răspunsului (ajutorului) procedau astfel : a) mulțumind subiecților ; b) întrerupându-i brutal, reproșându-le că nu i-au înțeles ; c) despărțindu-se de subiecții din experiment într-un mod neutral. Ca din întâmplare, la câțiva pași mai departe, un „complice" al experimentatorilor scăpa un obiect din servietă în fața cetățenilor întrebați despre adresa căutată. Cei cărora li se mulțumise anterior pentru ajutorul acordat au ajutat și acum în proporție de peste 90%. Subiecții bruscați ca recompensă pentru ajutorul lor nu au dezvoltat comportamente prosociale decât în proporție de 42%. Persoanele tratate neutral, cărora li s-a spus doar OK pentru ajutorul dat, s-au plasat între cele două extreme, reiterând comportamentele prosociale în proporție de 88%.

Nu trebuie să insistăm prea mult asupra faptului că se acordă ajutor când beneficiul scontat este sporit. Aprobarea socială mărește probabilitatea comportamentelor prosociale (Satow, 1975). Dacă obținem ca beneficiu sporirea *stimei de sine*, cu siguranță că, între anumite limite, vom acorda ajutor. Oricum, recompensa materială, fără sporirea stimei de sine, are o forță motivatoare redusă. Recompensele emoționale pozitive și negative incită la acțiune în favoarea celorlalți. Îi ajutăm mai mult pe prieteni, pentru că recompensa emoțională obținută de la ei ni se pare mai mare.

Explicația *afectivă*, bazată pe influența emoțiilor și sentimentelor în producerea comportamentelor prosociale, completează explicațiile de tip *cognitivist*. Cercetătorii s-au întrebat: Când se acordă mai mult ajutor? Când suntem bucuroşi sau când suntem trişti? Cele mai multe cercetări au pus în evidenţă o corelaţie directă între stările afective pozitive (bucurie, optimism, sentimentul succesului etc.) şi frecvenţa comportamentelor prosociale. S-a stabilit, prin studii experimentale, că persoanele care trăiesc emoţii pozitive manifestă o mai accentuată tendinţă de a-i ajuta pe alţii (Bryan şi Kadzin, 1971; Isen, 1970; Isen şi Levin, 1972). De ce? Explicaţiile sunt multiple. O stare afectivă pozitivă ne face să evaluăm mai generos resursele de care dispunem, ne determină să fim mai atenţi la tot ce ne înconjoară, ne sporeşte încrederea în noi înşine şi în capacitatea noastră de a-i ajuta pe alţii. Într-adevăr, bucuria îl deschide pe om spre lume; tristeţea îl face să se închidă în sine. Este suficient numai să sugerăm oamenilor că au succes; este de ajuns să-i punem să citească o listă de cuvinte afectogene pozitive şi disponibilitatea prosocială va spori. În unele experimente s-a indus o stare afectivă pozitivă prin stimularea materială: într-o cabină telefonică era „uitată" o monedă. Persoanele care găseau moneda erau după aceea mai dispuse să acorde ajutor (tabelul 2).

Tabelul 2. Comportamentele de ajutorare ale celor care au declarat ca au găsit moneda şi ale celor care au declarat că nu au găsit-o (*apud* Isen şi Levin, 1972, p. 387)

Condiţia	**Au acordat ajutor**	**Nu au acordat ajutor**
Au găsit moneda	14	2
Nu au găsit moneda	1	24

Unii cercetători au atras atenţia asupra faptului că şi emoţiile negative (tristeţea, suferinţa, vinovăţia) pot influenţa apariţia comportamentelor prosociale. Underwood, Froming şi Moore (1977) au constatat că există o corelaţie între afectele negative şi altruism. Ei au demonstrat că, după vizionarea unui film depresiv, oamenii devin mai caritabili decât după ce s-a proiectat o peliculă cinematografică neutră din punct de vedere afectiv. Reţinem, ca observaţie, că de multe ori persoanele care se simt vinovate au tendinţa să-i ajute pe alţii din dorinţa de a se reabilita faţă de ele însele.

Teoriile biologice încearcă să explice comportamentul prosocial prin factori genetici. În cadrul acestor teorii, un loc central îl ocupă sociobiologia, care îşi propune să studieze sistematic bazele biologice ale tuturor comportamentelor sociale, la animale şi la om, într-o perspectivă evoluţionistă. Fondatorul sociobiologiei, Edward O. Wilson, profesor de zoologie la Universitatea Harvard, considera că ştiinţele umane bazate pe biologie pot remodela conştient natura umană. Prin inginerie genetică, inginerie socială şi prin controlul uman, adică apelând la sociobiologie, pot fi eliminate revoluţiile, se pot elabora strategii de eradicare a bolilor psihice şi, în general, pot fi rezolvate problemele sociale. Concepţia sociobiologică a lui Edward O. Wilson, expusă în *Sociobiology. The New Synthesis* (1975), a evoluat de la un determinism genetic pur al comportamentelor sociale la codeterminarea acestor comportamente de către factorii culturali şi genetici. În lucrările sale ulterioare (*On Human Nature*, 1978; *Genes, Mind and Culture: The Coevolutionary*

Process, elaborată în colaborare cu Charles Lumsden, 1981 ; *Biophilia*, 1984 ; *Promethean Fire*, scrisă în colaborare cu Charles Lumsden, 1984), determinismul genetic a fost nuanţat : evoluţia genetică şi evoluţia culturală s-au unit în urmă cu [illegible] milioane de ani, aprinzând un foc prometeic. Totuşi, în interacţiunea gene - cultură „biologicul ţine în lesă factorul cultural". Reducţionismul biologic a fost cu deplin temei criticat.

Caseta 3

Sociobiologia

„Teorie propusă în 1975 de către E.O. Wilson. Se prezintă ca «studiul ştiinţific al bazei biologice a tuturor formelor de comportament social al organismelor, inclusiv omul». Dacă ideea nu este recentă, teza ia un aspect particular, ea apărând ideea că fiinţele vii se comportă în aşa fel încât să-şi optimizeze câştigurile, cel mai preţios dintre ele fiind genele lor. Datele geneticii moderne şi incapacitatea de a explica existenţa şi diversitatea culturilor constituie principalele critici adresate acestei teorii" (Jean-Marie Duprez, 1991/1998, p. 207).

Sociobiologii consideră că altruismul are o bază genetică : pentru a asigura ameliorarea reprezentării genelor sale, individul se identifică apartenenţei proprii şi este obligat să acorde ajutor altora, în funcţie de gradul de rudenie. De aceea fratele este ajutat mai mult decât un văr (Hopkins, 1979, p. 393).

4. Emergenţa comportamentului prosocial

4.1. Dispersarea responsabilităţii

Interesul pentru studierea emergenţei comportamentului prosocial a fost puternic suscitat de un caz real. La 13 martie 1964, o tânără, Kitty Genovese, a fost omorâtă în stradă sub privirile unui număr de 73 de persoane. Asasinul, Winston Moseley, a maltratat-o mai întâi îndelung. Nimeni nu a intervenit, nu a dat telefon la poliţie, deşi priveau scena din apartamente, de la fereastră. Inexplicabil, nu ? ! Teoria difuziunii responsabilităţii explică „inexplicabilul" prin ceea ce a fost denumit *paradoxul lui Orlson* : lasă-l mai bine pe celălalt să intervină ! Dacă toţi „spectatorii" gândesc în acest mod, nimeni nu intervine...

Apatia spectatorilor poate fi micşorată dacă martorii oculari comunică între ei, dacă situaţia nu este ambiguă şi dacă este permis accesul la informaţia socială. Ultima fază a modelului emergenţei comportamentelor prosociale constă în intervenţia de ajutorare propriu-zisă. Aceasta se produce cu atât mai probabil cu cât se consideră că persoana care solicită ajutor nu este responsabilă de situaţia în care se află.

Weiner (1982) propune un model al deciziei de ajutorare subliniind importanţa afectivităţii. Evaluarea controlabilităţii de către victimă a factorilor care au condus la starea de necesitate nu influenţează direct decizia de ajutorare, ci prin intermediul afectivității. Un rol important în declanșarea comportamentelor prosociale îl joacă *simpatia* față de persoana în cauză. Aceasta modifică percepția controlabilității factorilor cauzali. Simpatia este cauza pentru care acordăm, cu precădere, ajutor persoanelor care seamănă cu noi, care au trăsături de personalitate similare cu ale noastre.

Caseta 4

Dispersarea responsabilității

„John M. Darley și Bibb Latané de la Universitatea New York au fost extrem de intrigați de cazul Kitty Genovese. A fost oare apatia martorilor chiar ceea ce părea? Ei au arătat că, deși ar fi normal să se presupună că șansele ca victima să primească ajutor ar trebui să fie proporționale cu numărul celor care asistă la incident, în cazul Genovese s-a dovedit că lucrurile s-au petrecut într-un mod tragic de diferit. Cum, cu atâția martori la crimă, nimeni să nu sară în ajutorul fetei? Darley și Latané au susținut că, paradoxal, o victimă poate avea mai mult «noroc» dacă agresiunea are loc în prezența unui singur martor decât în prezența mai multora. Într-o atare situație, responsabilitatea ajutorării ei cade, întreagă, numai asupra unei singure persoane, nedivizându-se. Cu alte cuvinte, când la un delict sau la un accident asistă un public numeros, răspunderea unei intervenții este dispersată. Fiecărui individ îi revine o anumită doză de vinovăție, nici unul nemaiavând a suporta întreaga ei greutate" (Eysenck și Eysenck, 1981/1998, p. 13).

Există, firește, diferite moduri de a ajuta. În funcție de atribuirea responsabilității pentru situația ce reclamă un comportament prosocial, precum și de percepția privind responsabilitatea găsirii unei soluții, Brickman (1982) distinge patru modele ale ajutorării: 1) modelul moral (în cazul responsabilității ridicate atât în ceea ce privește situația, cât și găsirea soluției); 2) modelul iluminist (cine se află într-o situație critică are responsabilitate ridicată pentru situația în care a ajuns, dar nu are nici o responsabilitate sau are o responsabilitate scăzută în imaginarea soluției pentru ieșirea din criză); 3) modelul compensator (responsabilitate scăzută pentru poziția critică în care te găsești, dar înaltă responsabilitate pentru soluționarea problemei); 4) modelul medical (individul are responsabilitate scăzută atât în legătură cu situația problematică, cât și cu depășirea ei). P. Brickman apreciază că modelul compensator reprezintă cea mai bună alegere. Cine primește ajutorul se manifestă ca un agent social activ. Este ajutat cel care se ajută și singur. Cele patru modele de ajutorare nu se rezumă la situații individuale. Ele pot fi aplicate unor colectivități largi, chiar unor popoare sau națiuni. Schematic, modelele de ajutorare pot fi reproduse într-un tabel cu două intrări (tabelul 3).

Baum, Fisher și Singer (1985) apreciau că, în baza normei responsabilității sociale, nu se pot face decât slabe predicții comportamentale. Intervin o mulțime de factori de context care sporesc dificultatea prognozelor.

Tabelul 3. Cele patru modele de acordare a ajutorului (*apud* Brickman, 1982)

		Noi	Alţii
Cine este răspunzător pentru situaţia de criză :	Noi	**Modelul moral**	**Modelul iluminist**
	Alţii	**Modelul compensator**	**Modelul medical**

S-a demonstrat experimental că observarea unui model prosocial sporeşte probabilitatea acordării de ajutor (Bryan şi Walek, 1970), lucru valabil atât pentru copii şi tineri, cât şi pentru adulţi. Cercetătorii sunt de acord că expunerea la modele prosociale conferă preeminenţă normei responsabilităţii sociale. Observând modelul, reuşim să descifrăm mai deplin situaţia şi să apreciem mai corect „costul" ajutorului (Horstein, 1970). Pe de altă parte, s-a constatat că şi observarea unui comportament antisocial poate induce, prin reacţie, un comportament prosocial. După ce subiecţii într-un experiment au asistat la bruscarea verbală a unei persoane, au manifestat o mai accentuată tendinţă de întrajutorare (Konecni, 1972).

Spre o explicare integralistă. Fundamentată de Talcott Parsons (1951), *teoria acţiunii sociale*, prin extindere, permite o explicare integralistă a comportamentului prosocial, care constituie în esenţă un *comportament cu scop* (Chelcea, 1996). Trebuie însă să avem în vedere că persoanele, ca şi grupurile umane, au la un moment dat nu unul, ci mai multe scopuri. Între scopurile actorilor sociali se stabilesc relaţii complexe. Ierarhizarea valorilor subiacente generează o ordine a scopurilor. Valorile superioare impun o prioritate a scopurilor legate de ele. Pornind de la această supoziţie a teoriei acţiunii sociale, putem generaliza analiza ajutorării şi nonajutorării, propusă de Piliavin, Dovidio, Gaertner şi Clark (1981), sub forma comparării beneficiilor comportamentelor orientate spre diferite scopuri într-o matrice 2 × 2 (tabelul 4).

Tabelul 4. Analiza comparativă a beneficiilor comportamentelor orientate spre diferite scopuri (*apud* Piliavin *et al.*, 1981)

		Beneficiul comportamentului alternativ (S2)	
		Ridicat	Scăzut
Beneficiul comportamentului prosocial (S1)	Ridicat	1	2
	Scăzut	3	4

Pavilian *et al.* (1981) aveau în vedere analiza cost-beneficiu a ajutorării şi a nonajutorării. După opinia noastră, nonajutorul reprezintă un caz particular în atingerea unui scop alternativ. Va trebui să luăm în calcul analiza comparativă a diferitelor beneficii rezultate din comportamentele orientate spre atingerea unui scop sau altul. Cu cât beneficiul comportamentului alternativ este mai mare, cu atât probabilitatea ajutorării este mai scăzută. Situaţiile 2 şi 3 din matrice permit predicţia comportamentală în limite de probabilitate acceptabile. Introduc o mare incertitudine situaţiile 1 şi 4. Decizia va fi influenţată de alţi factori decât de cei implicaţi în analiza comparativă a beneficiilor.

Şi analiza comparativă a costurilor diferitelor comportamente ajută predicţia acţiunilor. Când costul comportamentului prosocial este prea ridicat, intervin mecanisme de *apărare a eului*: evadare, reinterpretarea situaţiei, modificarea evaluării persoanei care solicită ajutor, acceptarea „efectului de spectator" etc. Raţionalitatea acţiunii ne îndeamnă, în circumstanţele date, să evităm comportamentul de întrajutorare.

Teoria acţiunii sociale arată că circumstanţele influenţează realizarea comportamentelor cu scop. Cercetările de psihosociologie a întrajutorării probează acest lucru cu prisosinţă. Într-un experiment natural realizat la Princeton Theological Seminary s-a evidenţiat dependenţa emergenţei comportamentelor sociale de factorul timp: studenţii obligaţi să ajungă imediat într-o sală de curs au luat în seamă cererea de ajutor a unei persoane doar în proporţie de 10%, faţă de acordarea ajutorului în proporţie de 75% în cazul deplasării fără grabă de la un laborator la altul (Batson *et al.*, 1978). De altfel, observaţia de zi cu zi ne arată că atunci când suntem presaţi de timp dăm mai puţin sau nu dăm deloc ajutor: *time is money!*

Prezenţa şi a altor persoane la locul unui accident – aşa cum s-a arătat – reduce rata comportamentelor prosociale. Distanţa fizică faţă de persoana ce trebuie ajutată influenţează intervenţia prosocială (Piliavin *et al.*, 1969). Cu cât te afli mai aproape de locul accidentului, cu atât mai accentuată va fi tendinţa de întrajutorare. Această constatare poate fi extinsă de la indivizi la grupuri mari de oameni, la popoare întregi. Distanţele pe Terra s-au micşorat, date fiind mijloacele de transport şi de comunicare moderne. Popoarele se percep mai apropiate fizic şi psihic unele de altele. Întrajutorarea este mai frecventă şi se realizează cu mai multă dăruire când situaţia victimelor este mai vizibilă. Reportajele televizate de la locul unor catastrofe naturale sau sociale sporesc atitudinea prosocială. Dar acţiunea socială depinde nu numai de circumstanţele concrete, de situaţia reală, ci de *percepţia* ei, de modul de cunoaştere a ei de către actorii sociali. Această teză are o deosebită relevanţă pentru explicarea comportamentelor prosociale. Am arătat anterior că percepţia gradului de control al victimei asupra factorilor cauzali ai situaţiei în care se află, percepţia dependenţei de noi a celor ce solicită ajutor, imaginea pe care o avem despre ceilalţi martori oculari influenţează emergenţa comportamentelor prosociale. Cercetările de psihosociologia întrajutorării umane au relevat, de asemenea, că imaginea de sine, ca şi imaginea pe care ne-o facem despre cel care solicită ajutor, percepţia compatibilităţii dintre noi şi cei care au nevoie de ajutor, precum şi evaluarea modului în care se cere ajutor au o pondere deloc neglijabilă în declanşarea comportamentelor prosociale.

O serie de enunţuri ale teoriei acţiunii sociale au în vedere *actorul social*, cu ideile, sentimentele, normele şi valorile pe care le-a asimilat în procesul *socializării*. Modelele noastre de cunoaştere, de acţiune, imaginea proprie despre ceea ce este bine şi ceea ce este rău influenţează comportamentul nostru spre protejarea şi promovarea valorilor sociale, spre conformare în raport cu normele şi valorile societăţii în care trăim sau, dimpotrivă, în sens antisocial. Personalitatea celor care acordă ajutor a constituit subiectul multor cercetări de psihosociologia întrajutorării. S-a pus chiar problema dacă nu există cumva un aşa-zis „tip de personalitate altruistă". O asemenea supoziţie ar conduce la concluzia că anumite persoane, cele care aparţin tipului altruist, manifestă totdeauna comportamente prosociale, în timp ce altele rămân insensibile la solicitarea ajutorului. Adevărul este că oamenii reacţionează diferit în situaţii concrete şi în anumite momente ale vieţii lor. În acord cu o serie de cercetări mai vechi (Hartshorne şi May, 1928) sau mai noi (Gergen şi Gergen, 1972), vom spune că, aşa cum nu există un tip de criminal înnăscut, nu există nici un tip altruist din naştere: altruiştii nu sunt un alt fel de oameni, ci oameni altfel socializaţi. În structura personalităţii lor se găsesc trăsături comune tuturor oamenilor, dar şi unele particularităţi care, într-o îmbinare specifică, diferenţiază personalitatea prosocială de ceilalţi. Dlugokinski şi Firestone (1973) au găsit o corelaţie semnificativă între trăsăturile de personalitate şi indicele comportamentelor prosociale. Cercetările lui Rotter (1966) au arătat că persoanele care percep că au mai mult control asupra evenimentelor, care îşi dau seama că pot influenţa situaţia, au o tendinţă mai accentuată de a interveni în sprijinul celorlalţi. Persoanele *internaliste* manifestă aşadar o tendinţă mai accentuată de a-i ajuta pe alţii. Reykowski (1976) a pus în evidenţă faptul că stima de sine corelează pozitiv cu orientarea prosocială a comportamentelor. La aceeaşi concluzie au condus şi studiile lui Glass (1964) şi Welter (1972). Maria Jarymoeicz (1977) a constatat că tinerii care aveau un nivel de autoacceptare mai ridicat manifestau mai multă sensibilitate şi o acurateţe sporită în perceprea problemelor celorlalţi.

Deosebit de interesante ni se par şi concluziile cercetătorilor asupra personalităţii celor care şi-au riscat viaţa acordând ajutor victimelor nazismului. London (1970) a stabilit că cei care au acordat ajutor evreilor în timpul celui de-al doilea război mondial, salvându-i de prigoana hitleristă, se caracterizau prin spirit contestatar, o puternică identificare cu modelul moral (de regulă, al părinţilor), sentimentul marginalizării sociale. Rosenhan (1970) a identificat aceleaşi trăsături de personalitate în rândul militanţilor pentru drepturile sociale ale muncitorilor.

De asemenea, bogate în semnificaţii ni se par concluziile studiilor care au stabilit că există o corelaţie directă între *credinţa într-o lume dreaptă* – ca trăsătură de personalitate – şi comportamentul prosocial (Lerner, 1971). Persoanele care au fost socializate în ideea că oamenii sunt buni şi relaţiile dintre ei sunt corecte, echitabile au o mai accentuată tendinţă de a-i ajuta pe alţii (Phares şi Lamiell, 1975). Dacă avem convingerea că cel care cere ajutor nu este un om rău, lipsit de valoare, că situaţia în care a ajuns se datorează încălcării echităţii sociale, foarte probabil că vom interveni pentru restabilirea *justiţiei sociale*.

Caseta 5

Două probleme îngemănate: egoismul şi altruismul

„Problema altruismului s-a pus cu deosebită acuitate în societatea noastră occidentală fondată pe prioritatea interesului şi a individului. Nu din cauză că ar exista riscul ca oamenii să fie prea altruişti, deci să uite de ei înşişi, ci pentru că nu ar putea să fie suficient de altruişti. Or, nu există coexistenţă fără empatie, nici ajutor – nici chiar sacrificiu de sine – fără consens în privinţa riturilor sau formelor pe care trebuie să le imbrace acest ajutor sau sacrificiu. Fără acest consens nu ar mai exista societate, ci o junglă de bărbaţi şi femei sau o piaţă veritabilă în care ar supravieţui cei mai norocoşi (Badcock, 1986). Altruismul este problema unei culturi a cărei regulă este egoismul" (Moscovici, 1994/1998, p. 62).

Comportamentul prosocial este un comportament învăţat. Expunerea la modele prosociale măreşte probabilitatea de întrajutorare umană: cu cât vom promova mai mult valorile sociale prin acţiunile noastre, cu atât îi vom influenţa mai puternic pe ceilalţi în sensul realizării unor comportamente prosociale. Problema este că în societatea fondată pe concurenţă, aşa cum remarca Serge Moscovici (1994/1998), egoismul este considerat normal, iar altruismul, un comportament deviant. Acţiunile dezinteresate, orientate spre binele altora, pentru susţinerea unor idealuri sau simboluri sacre apar în ochii multor semeni de-ai noştri ca având motivaţii egoiste, ascunse, reprobabile. În aceasta constă, după opinia noastră, dificultatea emergenţei la scară comunitară a comportamentelor prosociale.

Întrebări şi teme de reflecţie

1. Amintiţi-vă de un comportament al dumneavoastră pe care îl consideraţi prosocial: ce vă îndreptăţeşte să-l caracterizaţi astfel?
2. Analizaţi prin prisma teoriei cost-beneficiu acest comportament.
3. Costul anticipat a fost mai mare decât cel real?
4. Cum se explică „apatia spectatorului"?
5. Vă conduceţi mai mult după norma responsabilităţii sociale sau după norma reciprocităţii? Dar colegii dumneavoastră?
6. Care sunt limitele sociobiologiei?
7. În ce constă teoria reactanţei psihologice?
8. Din observaţiile dumneavoastră, oamenii acordă ajutor celor care îl solicită mai frecvent când sunt într-o stare afectivă pozitivă sau când trăiesc emoţii negative?
9. Care sunt, după P. Brickman, modelele acordării ajutorului?
10. Cum pot fi sporite comportamentele prosociale la nivel comunitar?

Lecturi recomandate

Chelcea, Septimiu (coord.) (1990). *Psihosociologia cooperării şi întrajutorării umane*. Bucureşti: Editura Militară.

Dovidio, John F. (1995). Helping behavior. În A.S.R. Manstead şi M. Hewstone (eds.). *The Blackwell Encyclopedia of Social Psychology*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd, 290-295.

Eysenck, Hans; Eysenck, Michael (1981/1998). Răul samaritean. În H. Eysenck şi M. Eysenck. *Descifrarea comportamentului uman*. Bucureşti: Teora, 12-19.

Latané, Bibb; Darley, John M. (1970). *The Unresponsive Bystander: Why Doesn't He Help?* New York: Appleton-Century-Crofts.

Moscovici, Serge (1994/1998). Formele elementare ale altruismului. În S. Moscovici (coord.). *Psihologia socială a relaţiilor cu celălalt*. Iaşi: Polirom, 61-73.

Bibliografie

Adams, J.S. (1965). Inequity in social exchange. În L. Berkowitz (ed.). *Advances in Experimental Social Psychology*. New York : Academic Press.

Albrecht, Stan L. ; Thomas, Darwin L. ; Chadwick, Bruce A. (1980). *Social Psychology*. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.

Baron, Robert A. ; Byrne, Donn (1974/1981). *Social Psychology. Understanding Human Interaction*. Boston : Allyn and Bacon, Inc.

Bar-Tal, D. (1976). *Prosocial Behavior*. Washington : Hemisphere.

Batson, Daniel C. ; Cochran, P.J. ; Biederman, M.F. ; Blosser, J.L. ; Ryan, M.J. ; Vogt, B. (1978). Failure to help when in a hury : Callousness or conflict? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 4, 97-101.

Baum, Andrew ; Fischer, Jeffrey D. ; Singer, Jerome E. (1985). *Social Psychology*. New York : Random House.

Berkowitz, Leonard (1973). Reactance and the unwillingness to help others. *Psychological Bulletin*, 79, 310-317.

Bierhoff, Hans W. (1987). Donor and recipient : social development, social interaction and evolutionary processes. *European Journal of Psychology*, 17, 113-122.

Bierhoff, Hans W. ; Klein, Renate (1988). Prosocial behavior. În M. Hewstone, W. Styrobe, J.-P. Codol şi G.M. Stephenson (eds.). *Introduction to Social Psychology. An European Perspective*. Oxford : Basil Blackwell Ltd., 246-262.

Brickman, P. ; Rabinowitz, V.C. ; Karuza, J.Jr. ; Coates, D. ; Cohn, E. ; Kidder, L. (1982). Models of helping and coping. *American Psychologist*, 37, 368-384.

Bryan, J.H. ; Schwartz, T. (1971). Effects of film material upon children's behavior. *Psychological Bulletin*, 75, 50-59.

Chelcea, Septimiu (coord.) (1990). *Psihosociologia cooperării şi întrajutorării umane*. Bucureşti : Editura Militară.

Chelcea, Septimiu (1981). Prosocial (comportament). În Ana Bogdan-Tucicov, S. Chelcea, P. Golu, M. Golu, C. Mamali şi P. Pânzaru. *Dicţionar de psihologie socială*. Bucureşti : Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, 200.

Chelcea, Septimiu (1996). Comportamentul prosocial. În A. Neculau (coord.). *Psihologie socială. Aspecte contemporane*. Iaşi : Polirom, 438-451.

Cohen, Percy S. (1969). *Modern Social Theory*. Londra : Heinemann.

Corsini, Raymond J. (ed.) (1984). *Encyclopedia of Psychology*. New York : John Wiley & Sons.

Dovidio, John F. (1995). Helping behavior. În A.S.R. Manstead şi M. Hewstone (eds.). *The Blackwell Encyclopedia of Social Psychology*. Oxford : Blackwell Publishers Ltd., 290-295.

Duprez, Jean-Marie (1991/1998). Sociobiologie. În G. Ferréol (coord.). *Dicţionar de sociologie*. Iaşi : Polirom şi Ştiinţă & Tehnică S.A.

Eysenck, H. ; Eysenck, M. (1981/1998). Răul samaritean. În H. Eysenck şi M. Eysenck. *Descifrarea comportamentului uman*. Bucureşti : Teora, 12-19.

Feldman, Robert S. (1985). *Social Psychology. Theories, Research, and Applications*. New York : McGraw-Hill Book Company.

Gergen, Kenneth J. ; Gergen, Mary M. ; Jutras, Sylvie (1981/1992). *Psychologie Sociale*. Montréal : Les Éditions de la Chenellere, Inc.

Gouldner, A. (1960). The norm of reciprocity. A preliminary statement. *American Sociological Review*, 26, 161-178.

Hewstone, Miles ; Stroebe, Wolfgang ; Codol, Jean-Paul ; Stephenson, Geoffrey (1988) *Introduction to Social Psychology. An European Perspective*. Oxford : Basil Blackwell Ltd

Hopkins, Paul O. (1979). L'altruism a-t-il des bases génétiques ? *La Recherche*, 99, 393-395.

Iluţ, Petru (1994). Comportament prosocial – comportament antisocial. În I. Radu, P. Iluţ şi L. Matei. *Psihologia socială*. Cluj-Napoca : Editura Exe, 265-294.

Isen, A.M. ; Levin, P.I. (1972). Effect of feeling good on helping : Cookies and kindness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 21, 384-388.

Latané, Bibb ; Darley, John M. (1970). *The Unresponsive Bystander : Why Doesn't He Help ?* New York : Appleton-Century-Crofts.

Lerner, Malvin J. (1980). *The Belief in a Just World : A Fundamental Delusion*. New York : Plenum.

Macaulay J.R.A. ; Berkowitz, Leonard (eds.) (1970). *Altruism and Helping Behavior*. New York : Academic Press.

Mamali, Cătălin (1978). Studiul comportamentului social în condiţii naturale. *Viitorul social*, 3, 592-596.

Michener, Andrew H. ; DeLamater, John D. ; Schwartz, Shalom H. (1986). *Social Psychology*. San Diego : Harcourt Brace Jovanovich Publishers Inc.

Moscovici, Serge (1994/1998). Formele elementare ale altruismului. În S. Moscovici (coord.). *Psihologia socială a relaţiilor cu celălalt*. Iaşi : Polirom, 61-73.

Myers, David G. (1983/1987). *Social Psychology* (ed. a II-a). New York : McGraw-Hill Book Company.

Parsons, T. (1951). *The Social System*. New York : Free Press.

Piliavin, Irving M. ; Rodin, J. ; Piliavin, J.A. (1969). Good Samaritanism : An underground phenomenon? *Journal of Personality and Social Psychology*, 23, 253-261.

Piliavin, J.A. ; Dovidio, J.F. ; Gaerthner, S.L. . Clark, R.D. (1981). *Emergency Intervention*. New York : Academic Press.

Raven, B. ; Rubin, J. (1976). *Social Psychology : People in Groups*. New York : John Wiley & Sons, Inc.

Reisenzein, Reiner (1986). A structural equation analysis of weiner's attribution-affect model of helping behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50 (6), 1123-1130.

Reykowski, Janusz (1976). *Egocentric and Prosocial Behavior*. Varşovia : Kiw.

Rotter, Julian B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs : General and Appllied*, 80, 1-28.

Saks, Michael J. ; Krupat, Edward (1988). *Social Psychology and Its Applications*. New York : Harper & Row Publishers, Inc.

Schwartz, Shalom H. ; Ames, R. (1977). Positive and negative referent others as sources of influence : A case of helping. *Sociometry*, 40, 12-20.

Seneca, Annaeus L. (58/1967). *Scrisori către Luciliu*. Bucureşti : Editura Ştiinţifică.

Staub, E. ; Bar-Tal, D. ; Karylowski, J. ; Reykowski, J. (eds.). *Development and Mentenance of Prosocial Behavior*. New York : Plenum Press.

Tyler, Tom R. ; Boeckmann, Robert J. ; Smith, Heather J. ; Hugo, Yuen J. (1997). *Social Justice in a Diverse Society*. Oxford : Westview Press.

Underwood, B. ; Froming, W.J. ; Moore, B.S. (1977). Mood, attention, and altruism : A search for mediating variables. *Developmental Psychology*, 13, 541-542.

Wilson, Edward O. (1975). *Sociobiology. The New Synthesis*. Cambridge : Harvard University Press.

Concepte-cheie

Altruism - tip de comportament prosocial în care acordarea ajutorului implică un sacrificiu semnificativ.

Apatia spectatorilor - neintervenţia sau amânarea acordării ajutorului de către martorii oculari ai unui accident sau ai unei scene de violenţă.

Comportament prosocial - tip de comportament intenţionat, orientat spre susţinerea şi promovarea valorilor sociale, spre ajutorarea altora, în afara obligaţiilor de serviciu, cu libertatea de a alege, fără a aştepta vreo recompensă externă.

Cost antecalculat - ceea ce consideră (percepe) individul că va cheltui.

Cost real - ceea ce investeşte efectiv individul într-un comportament prosocial: timp, bani, efort, emoţii etc.

Credinţa într-o lume dreaptă - convingerea că lumea este dreaptă, că fiecare primeşte ceea ce merită şi merită ceea ce primeşte.

Justiţia socială - judecăţile oamenilor despre ceea ce este drept, corect, just în relaţiile interumane şi în raporturile lor cu puterea.

Norma responsabilităţii sociale - obligaţia morală de a-i ajuta pe alţii, fără a aştepta recompense externe.

Norma reciprocităţii - obligaţia morală de a-i ajuta pe cei care te-au ajutat anterior.

Principiul echităţii - proporţionalitatea costuri/beneficii între persoane.

Reactanţa psihică - tendinţa de redobândire a libertăţii de acţiune în cazul limitării externe a comportamentelor proprii.

Teoria acţiunii sociale - teorie formulată de sociologul american Talcott Parsons (1951), care susţine că actorii sociali urmăresc prin acţiunile lor atingerea unor scopuri.

Secţiunea a IV-a

STRUCTURI, PROCESE DE GRUP ŞI INFLUENŢĂ SOCIALĂ

- **Grupul în psihologia socială**
- **Procese şi fenomene de grup**
- **Influenţa socială**

Grupul în psihologia socială

Adrian Neculau

PREFAȚĂ

Capitolul își propune să prezinte rolul grupului în viața socială și în procesul de dezvoltare a persoanei. Vor fi identificate cele mai importante tipuri de grupuri psihosociale: grup mic (restrâns), grup primar – grup secundar (organizație), grupare, comunitate, mulțime. În definirea grupurilor vor fi reținute caracteristicile: talia, unitatea de timp și spațiu, interacțiunea membrilor, percepția apartenenței, scop comun și interdependența membrilor în atingerea acestui scop. Vom descrie apoi dimensiunile grupului (instrumentală, relațională și contextuală) și funcțiile sale: de integrare socială, de diferențiere, de schimbare și de producție. Ultimele două paragrafe sunt dedicate tehnicilor de antrenament grupal (*T-group*) și funcției de animare a grupurilor.

Școala sociologică de la București, prin D. Gusti și colaboratorii săi, a dezvoltat o formă originală de cercetare-intervenție în viața satelor: *echipa*. La fiecare campanie monografică au participat echipe interdisciplinare formate din sociologi, folcloriști, geografi, medici, muzicologi etc., pentru a surprinde, potrivit concepției școlii, toate cele patru „cadre” de manifestare a satului: biologic, istoric, psihic, cosmic. Înființarea Serviciului Social obligatoriu al studenților la sate (1938) a constituit un nou prilej de manifestare a acestui spirit de cooperare în munca științifică. Facem apel, scria D. Gusti, „la colaborarea studenților de la toate facultățile” și de la „toate universitățile” pentru ca, „umăr la umăr”, să se poată cunoaște mai bine realitatea socială. Satul, ca „unitate socială”, credea sociologul român, trebuie cunoscut și transformat printr-o „cultură totală”, îmbrățișând sănătatea, munca, sufletul, mintea. Această „intervenție” nu este posibilă decât printr-o abordare în echipă. Într-un articol-program intitulat „Gânduri de temelie pentru munca echipelor studențești”, D. Gusti îndemna la „înfrățirea cu satul”, pentru „transformarea lui sufletească”, la manifestarea „echipei în totalitatea ei”, dobândirea unei „conștiințe de echipier” și formarea unei „personalități de echipier”. Două condiții punea D. Gusti studenților-echipieri: „O desăvârșită prietenie între cei ce formează echipa și o sinceră înfrățire a echipei cu satul”. Iar H.H. Sthal, vorbind despre „etica muncii în echipă”, considera că această „tehnică a muncii colective este cel mai de seamă lucru”: sădește sentimentul „de a te ști părtaș la toate”, „prietenia până la jertfă”, „exercițiul spiritual”, cel „adânc omenesc”.

Volumul *Cartea echipelor* (1939) reuneşte texte scrise de îndrumătorii Şcolii de sociologie de la Bucureşti şi de către participanţii la diferite echipe de cercetare-intervenţie. Iată câteva titluri care ilustrează preocupările „echipierilor" : „Metoda Echipelor Studenţeşti" ; „Echipa şi fiii satului" ; „Despre noi, cei din Echipe" ; „Şedinţele de seară ale Echipei" ; „Ce este un şef de Echipă ?" ; „O nouă Şcoală de Echipieri" ; „Echipieri ţărani".

1. Conceptul de *grup* în psihologia socială

Realitatea socială se prezintă ca un sistem complex de grupuri (mai mari sau mai mici, formale sau informale) care construiesc norme şi valori, distribuie poziţii şi exercită influenţe. Grupul :

- joacă un rol crucial în evoluţia persoanei, constituie cel mai important mijloc de socializare şi integrare socială, contribuie decisiv la transmiterea valorilor unei societăţi ;
- oferă individului securitate, dar şi mijloace de afirmare ;
- răspunde nevoilor asociative şi de apartenenţă ale fiinţei umane.

În fine, prin dimensiunea sa interactivă, grupul se prezintă ca un mediu şi mijloc de învăţare a unor roluri sociale, formează competenţe de evaluare a altora şi poate contribui la dezvoltarea conştiinţei de sine a membrilor săi.

Termenul *grup* a fost folosit, pentru prima dată, ca termen tehnic în bele-arte ; el vine din italiană (*groppo* sau *gruppo*), desemnând mai mulţi indivizi, pictaţi sau sculptaţi, formând un subiect. În franceză – *groupe* – a pătruns mai târziu, adus de artiştii care au studiat în Italia. Se pare că prima apariţie scrisă a termenului, în limba franceză, este conţinută în traducerea din 1668 a lucrării *De arta graphica* a lui Du Frasnay, de către R. de Piles. El era utilizat aici ca termen de atelier. În literatură, cuvântul a fost folosit pentru prima oară de către Molière, într-un text puţin cunoscut, *Poème du Val-de-Grâce* (1669). În secolul al XVIII-lea, termenul desemna deja o reuniune de persoane. La acest sens el a ajuns după ce, la început, a însemnat „nod", „legătură", „reuniune", „ansamblu", semnificând „coeziune între membri", „comunicare". Varianta „rond", de care a fost apropiat iniţial, a însemnat, tot mai mult, „cerc", „adunare de egali" (Anzieu şi Martin, 1994 ; De Visscher, 2001). În aceeaşi perioadă el se impune şi în germană, şi în engleză (*grupe*, *group*). În limba română, cuvântul a pătruns târziu, din franceză. Au circulat însă şi alţi termeni, desemnând aproximativ aceeaşi realitate : ceată, trupă, ortăcie, echipă. Ar mai trebui înregistrate sensurile arhaice (hoardă, gintă, sectă) sau semnificaţiile metaforice (Turnul Babel, Curtea Miracolelor, Piaţa Meduzei). Încă de la apariţie, verbul „a grupa" a însemnat acţiunea de a pune în ansamblu un set de elemente distincte, legarea lor unele de altele, într-o solidaritate mai mult sau mai puţin accentuată.

Ca unitate socială, grupul poate fi întâlnit încă în preistoria umanităţii. Constructorii Turnului Babel, de exemplu, au fost lipsiţi de ceea ce astăzi numim „spirit de echipă", iar eşecul suferit a arătat importanţa „comunicaţiilor" în grup. Referiri la fenomene colective, la structuri şi transformări găsim în *Republica* lui Platon şi în Politica lui Aristotel. În operele utopiştilor întâlnim interesante comunităţile anarhist-sentimentale care propun schimbări şi proiectează idealuri. Falansterul lui Fourier reprezintă un asemenea model grupal de organizare. Quakerii americani au şi ei un cult religios grupal. În societatea tradiţională românească s-a dezvoltat o instituţie a cooperării, promovând spiritul de întrajutorare prin asociaţii ca obştea ţărănească, claca, ortăcia, vecinătatea sau ceata (Neculau, 1989).

Câteva condiţii istorice şi sociale specifice au facilitat dezvoltarea accelerată a teoriei grupurilor în Statele Unite. Între acestea, organizarea vieţii sociale în Lumea Nouă. În celebra sa lucrare *Democraţia în America* (1864), istoricul francez Alexis de Tocqueville scria: „Am întâlnit în America tipuri de asociaţii despre care mărturisesc că nici nu aveam idee. Americanii de toate vârstele, de toate condiţiile şi de toate conceptele *se asociază* (s.n.) fără încetare. Ei nu au numai asociaţii comerciale şi industriale la care participă cu toţii, ci încă mii de asociaţii diferite: religioase, morale, importante, neserioase, foarte generale, foarte particulare, imense şi foarte mici...". Condiţiile istorice particulare au determinat, în Statele Unite, aceste orientări spre grup: nevoia de randament, în industrie, a trezit interesul pentru studierea echipelor de muncă; viaţa politică a promovat modelul acţiunii colective; organizarea armatei a relevat importanţa factorilor de coeziune şi eficienţă în grupurile mici.

Teoria grupurilor a pătruns impetuos în ştiinţele sociale pe la mijlocul secolului trecut. Această perioadă a cunoscut un proces rapid de restructurare în organizarea şi stilul vieţii cotidiene, precum şi a sistemului de valori. Schimbările tehnice, economice, demografice au afectat nu numai raporturile dintre oameni şi obiecte (natura muncii şi tipul de unitate social-economică), ci şi relaţiile dintre oameni, ca urmare a urbanizării accelerate şi a dezvoltării mecanismelor tehnico-birocratice. Evoluţia procesului de comunicare (masificarea mass-media, dezvoltarea internetului), precum şi restructurarea formelor tradiţionale de organizare şi de autoritate familială şi profesională au suscitat găsirea unor noi forme de integrare socială, de amenajare a relaţiilor dintre oameni. Dezvoltarea unor noi modele de solidaritate şi ajutor social au condus la explozia formelor de organizare izvorâte din iniţiative non-guvernamentale, care-şi caută identitatea. Munca în grupuri, ca mijloc de echilibru şi suport psihosocial, a devenit o modalitate de afirmare socială.

Primul palier de analiză pe care ar trebui să-l luăm în considerare atunci când studiem grupul este *categoria socială*, noţiunea cu sfera cea mai largă dintre cele care ne interesează aici. Categoriile sociale, crede sociologul american R. Merton (1965), sunt simple agregate reunind poziţii sociale şi de status; ele presupun interacţiune între membri şi de aceea nu se pot confunda cu grupurile sau colectivităţile. Potrivit lui De Visscher (2001), categoriile sunt construcţii mentale, regrupări logice, mecanisme de organizare şi nu au corespondenţă în realitate. Nici *masa*, publicul sau chiar *mulţimea* nu pot fi incluse în specia grupurilor datorită lipsei scopului comun. Aceste ansambluri presupun o regrupare datorită comunităţii de gândire şi acţiune, manifestării unei atitudini similare, dar sunt organizări efemere, adesea pentru a „manifesta" sau „demonstra" aderenţa la o idee, polarizare pentru o opţiune, fără a implica şi o interacţiune între membri.

În sociologie, *grupul social* are un sens mai larg, deşi nu se confundă cu cel de categorie socială, semnificând o relaţie socială sau interindividuală, o unitate socială, o legătură, o clasă de indivizi cu caracteristici comparabile şi care întreţin unele relaţii. Sociologul francez G. Gurvitch (1963) distinge între „ansambluri sociale" largi, „grupări parţiale" (familie, clasă socială, asociaţii, comunităţi) şi diferite alte „forme de sociabilitate" în care legătura socială determină o „reciprocitate de perspectivă". Pornind de la modelul lui Gurvitch, psihosociologul Pierre De Visscher propune denumirile „formaţiune socială" sau „colectivitate": ansamblu de indivizi uniţi printr-o legătură socială, având în comun modele culturale sau subculturale, contribuind la dezvoltarea proceselor de normalizare şi uniformizare, dar şi la redistribuirea puterii, statutelor, poziţiilor şi rolurilor.

Specificitatea grupului social este aceea că el ne apare ca: 1) un „subsistem" indus într-o tipologie de formaţie socială în care se pot regăsi colectivităţi, asociaţii, organizaţii; 2) dezvoltă interacţiuni, raporturi sociale în limitele unor reguli prestabilite; 3) se constituie într-o entitate particulară; şi 4) regrupează membrii după criterii funcţionale şi/sau complementare. Interacţiunea relaţiilor în interiorul grupurilor sociale presupune aderarea la valori identice (sau similare), participarea la activităţi comune sau momente comemorative şi existenţa unui spaţiu interacţional, a unui mod de comunicare şi de interinfluenţare.

Psihologia socială este preocupată îndeosebi de grupul de dimensiuni reduse, numit adesea *grup mic* sau *grup restrâns*. Aceste grupuri au fost descrise pentru prima dată de Charles Cooley, în lucrarea *Social Organization* (1909), numindu-se *grupuri primare*. Caracteristica lor – scria sociologul american – este asociaţia intimă a membrilor, cooperarea şi interacţiunea directă, faţă în faţă. Ele contribuie decisiv la formarea naturii sociale şi a idealurilor individului. Rezultatul asociaţiei intime, psihologice constă într-o anumită fuziune a individualităţilor într-un întreg, într-o unitate comună, astfel încât ţelul fiecărui membru se converteşte în viaţa comună a grupului, în construirea unui scop colectiv. Grupul primar promovează spiritul lui „noi" şi implică acel tip de simpatie şi identificare mutuală pentru care „noi" este „expresia naturală". Unitatea grupului primar nu este însă una de pură armonie şi dragoste, se grăbeşte să adauge Cooley, ci este o unitate care încurajează diferenţierea şi competiţia. Supunerea la standardele comune îndeamnă membrii să se angajeze în eforturi de a ocupa un loc în conştiinţa celorlalţi, de a se situa în raport cu valorile comune.

Cooley a descris patru tipuri de grupuri primare, pe care le-a numit „universale", pentru că au aparţinut tuturor timpurilor şi stadiilor de dezvoltare a omenirii: 1) *familia* – primul „grup primar" pe care-l cunoaşte civilizaţia umană; 2) *grupul de joc al copiilor*, caracterizat prin spontaneitate şi cooperare, prin promovarea ambiţiei şi onoarei; 3) *grupul de vecinătate*, exprimând viaţa socială şi afectivă a ruralului (caracteristicile sale sunt autoguvernarea, generozitatea, veneraţia eroilor şi un acut sentiment de dreptate); 4) *comunitatea de bătrâni*, formată din indivizi care se cunosc din copilărie şi adolescenţă, luând adesea forma cluburilor sau societăţilor în care liantul este afecţiunea reciprocă.

Caracteristicile principale ale grupului primar, aşa cum au fost descrise în psihologia socială, sunt : scop comun, urmărit într-un mod activ, relaţii afective între membri ; interdependenţă, solidaritate, uniune morală ; constituirea de norme, credinţe, coduri, ritualuri ; echilibru intern şi un sistem constant de relaţii cu exteriorul. Principalul obiectiv al grupului primar este conservarea realităţii sale fizice şi a imaginii ideale. Iar mijlocul prin care se poate obţine acest rezultat este păstrarea dimensiunii sale restrânse.

Care sunt cele mai cunoscute grupuri restrânse, înregistrate de cercetătorii domeniului ? Chantal Leclerc (1999) de la Universitatea Laval (Canada) a inventariat următoarele : a) *grupul de sarcină*, reunit pentru o îndatorire comună (echipa de muncă, un comitet de acţiune, un consiliu de administraţie, o asociaţie) ; b) *grupul de formare psihosocială* are ca obiectiv creşterea sau formarea personală (dinamica grupului), consolidarea unei echipe, susţinerea psihosocială a unei acţiuni, dezvoltarea unor abilităţi psihosociale, dobândirea unor experienţe ; c) *grupul de acţiune comunitară* poate avea ca obiectiv dezvoltarea locală, acţiunea politică pentru apărarea drepturilor sociale ale unor categorii de populaţie, organizarea serviciilor comunitare ; d) *grupul format la sfârşitul unei cercetări* are o bază voluntară şi reuneşte indivizi care au participat la realizarea unor observaţii, care au discutat împreună rezultatele unei investigaţii empirice, ajungând la reprezentarea comună a unei realităţi, care şi-au confruntat reacţiile şi credinţele. Acest tip de grup mai este cunoscut şi ca grupul de cercetare-acţiune ; e) *grupul de învăţare* (clasa de elevi, grupa de studenţi, grupul de formare în întreprindere sau cele de educaţie populară) ; f) *grupul de loisir* este organizat pentru diferite acţiuni sportive, culturale, artistice ; g) *grupul de persoane* dintr-o rezidenţă reuneşte indivizi într-o „unitate de viaţă", în interiorul unei instituţii de educaţie, sănătate, loisir (cămin de elevi, orfelinat, casă de odihnă) ; h) *familia* este considerată primul grup de apartenenţă, facilitând dobândirea celor dintâi experienţe sociale.

Într-o lucrare intitulată *Dinamica grupurilor restrânse*, Anzieu şi Martin (1994) aşază grupul restrâns la interferenţa grupărilor mari, nestructurate, reunite adesea după criterii afective, şi organizaţiile înalt structurate, funcţionând după norme instituţionale.

Clasificarea grupurilor umane (*apud* Anzieu şi Martin, 1994)

Denumirea grupului	Structura (gradul de organizare internă şi diferenţierea rolurilor)	Durata	Nr. indivizi	Relaţii între indivizi	Efectul asupra credinţelor şi normelor	Conştiinţa scopurilor	Acţiuni comune
Mulţimea	Foarte slabă	Câteva minute până la câteva zile	Mare	Contagiunea emoţională	Iruperea credinţelor latente	Slabă	Apatie sau acţiune paroxistică
Banda	Slabă	Câteva ore până la câteva luni	Mic	Cercetări asemănătoare	Întărire	Mijlocie	Spontaneitate, dar puţin importantă pentru grup
Gruparea	Mijlocie	Mai multe săptămâni până la mai multe luni	Mic, mijlociu sau mare	Relaţii umane superficiale	Menţinere	Slabă sau mijlocie	Rezistenţă pasivă sau acţiuni limitate
Grupul primar sau restrâns	Ridicată	Trei zile până la zece ani	Mic	Relaţii umane bogate	Schimbare	Ridicată	Importanţa spontaneităţii şi vederilor înnoitoare
Grupul secundar sau organizaţia	Foarte ridicată	Mai multe luni până la mai multe decenii	Mijlociu sau mare	Relaţii funcţionale	Introduce presiuni	Slabă sau ridicată	Importanţa obişnuinţei şi planificării

Chantal Leclerc, la rândul său, ne prezintă un tablou al „regrupărilor" care nu pot fi confundate cu acest tip de grup clasic.

Alte tipuri de regrupare decât grupul restrâns

Tipuri de regrupare	**Caracteristici distinctive şi legături între persoane**	**Exemple**
Agregat	Juxtapunere a membrilor foarte puţin legaţi unii de alţii	
Agregat fizic	Persoane legate prin singurul fapt de a fi în acelaşi loc în acelaşi moment	Coada formată în faţa unui ghişeu de casierie
Agregat statistic	Categorie de persoane regrupate în funcţie de criterii de clasificare exterioare voinţei lor	Persoane regrupate în cadrul unei anchete, după nivelul de şcolaritate, vârstă, salariu etc.
Mulţime	Reasamblarea punctuală şi efemeră a unui mare număr de persoane	– Persoanele asistând la un spectacol de muzică populară – O manifestaţie contra rasismului
Reţeaua	– Configurarea unor legături sau a unor canale de comunicare observabile sau rituale în grupuri restrânse sau în alte tipuri de regrupări – Reţeaua poate reuni persoane care nu se cunosc	– Reţeaua familială – Reţeaua de prieteni – Reţeaua de muncă
Comunitatea de gândire şi de acţiune	Număr relativ important de persoane neavând în mod necesar relaţii directe, dar care împărtăşesc unele norme şi care, faţă de aceleaşi mize, recurg la cadre de referinţă comune	– Ecologiştii neconstituiţi în partide sau organizaţii – Amatori de exerciţii sau plimbări în aer liber
Categoria socială	Ansamblu de persoane care au în comun caracteristici sociale sau condiţii de viaţă	– Femeile şi bărbaţii – Hispanofonii, francofonii, anglofonii etc. – Persoanele din clasele populare, mijlocii sau superioare – Populaţiile dintr-o zonă calamitată
Organizaţiile	Sisteme sau subsisteme sociale care funcţionează după norme instituţionale (juridice, economice, politice) în interiorul unui segment particular al realităţii sociale (comerţ, administraţie, sport şi loisir, servicii publice, servicii comunitare etc.)	
Organizaţii mari		– O mare uzină – Un mare sindicat

Tipuri de regrupare	Caracteristici distinctive și legături între persoane	Exemple
Organizații mici		– Membrii serviciului de contabilitate dintr-o uzină – Consilierul de administrație al unui organism fără scop lucrativ

(*Sursa*: Chantal Leclerc, 1999)

2. Definiție

Majoritatea definițiilor își restrâng aria la grupul mic sau restrâns, punând accentul pe scopul comun al membrilor și interacțiunea acestora. Examinând literatura extrem de bogată de până la această dată, am identificat (Neculau, 1977) următoarele elemente care au putut contribui la o definiție a grupului mic: un ansamblu de persoane; aflate în interacțiune; în vederea atingerii unui scop; diferențiindu-se după funcții sau sarcini. Capitolul despre grup dintr-un manual de psihologie socială apărut în Franța mai târziu (Fischer, 1990) reia aceleași trăsături: un număr restrâns de indivizi; animați de un scop comun; având sentimentul de interdependență și întreținând relații afective. Alte două definiții, de peste Ocean, nu lărgesc mult sfera trăsăturilor. Landry (1995) a identificat următoarele caracteristici ale grupului: număr restrâns de membri (3-20); interacțiune directă, față în față; scopuri valorizate prin membri; dezvoltarea unor legături afective; interdependență; diferențiere de roluri; apariția normelor; dezvoltarea unei culturi grupale, marcată prin credințe, rituri, limbaj propriu; interacțiuni constante, simbolice sau reale, între grup și mediul său. Johnson și Johnson (1998) nu ajung nici ei mai departe: interacțiune interpersonală; interdependență; scopuri comune; percepția apartenenței; motivație de asociere; influență mutuală interpersonală.

Două definiții mai extinse ne pot servi ca repere pentru un model de abordare operațional. Pierre De Visscher (1996) de la Universitatea din Liège, unul dintre cei mai avizați specialiști europeni în domeniu, coordonator al antologiei românești dedicate dinamicii grupului, apărută la Editura Polirom, definește grupul restrâns ca:

- o unitate de timp și spațiu, un „aici și acum” comportând o anumită proximitate, dar și o distanță interindividuală minimală;
- o semnificație: o rațiune de a fi și de a rămâne în ansamblu, fără a se impune obiective identice sau experiențe comune;
- mod de a fi comun, împărtășirea în comun a evenimentelor sau a experiențelor;
- posibilitatea percepției sau reprezentării fiecărui membru de către toți ceilalți;
- un aer de entativitate (agregat, entitate unificatoare) și de grupalitate a membrilor față de exterior;
- o durată suficientă de funcționare, permițând un proces de instituționalizare (structură, relații stabile, apariția unor funcții, roluri, norme, procese) și identificarea membrilor.

Pentru Chantal Leclerc (1999) de la Universitatea Laval din Québec, grupul este „un câmp psihosocial dinamic, constituit dintr-un ansamblu reperabil de persoane, a căror unitate rezultă dintr-o comunitate de tip colectiv și din interdependența stilurilor individuale. Aceste persoane, legate voluntar sau nu, sunt conștiente unele de altele, interacționează și se interinfluențează direct". Această definiție pe care o recomandăm ca definiție de lucru propune raportarea la trei caracteristici fundamentale:

1. grupul implică o cunoaștere a apartenenței la o entitate colectivă, ușor de reperat. Indivizii sunt percepuți fără dificultate, în interior și exterior, ca membri ai unității;
2. grupul se fondează pe o oarecare comunitate de tip colectiv și pe interdependența membrilor. Aceasta se caracterizează prin obiective similare, împărtășite de către ceilalți;
3. grupul permite o interacțiune directă între membrii săi.

3. Teorii despre grupuri[1]

Tradiția „gândirii grupale" s-a dezvoltat în Europa raționalistă și s-a emancipat în Epoca luminilor. Apariția statelor naționale a stimulat acest tip de entitate socială și culturală, inducând popoarelor sentimentul de apartenență la o arie spirituală circumscrisă prin artă, religie, filosofie sau cutume. Cercetările lui W. Wundt asupra psihologiei poporului (*Völkerpsychologie*) sau cele ale lui G. Le Bon asupra psihologiei mulțimii au întărit interesul pentru comportamentele colective. Teoria grupului rămâne îndatorată observațiilor lui H. Taine asupra forței iraționale și violente pe care o exprimă mulțimile, contribuțiilor lui G. Tarde asupra imitației, lui Ch. Fourier pentru inventarea mitului falansterului (o societate utopică a grupului ideal) sau lui Durkheim, promotorul ideii de solidaritate și a ipotezei conștiinței colective.

Cercetările sistematice asupra grupului s-au dezvoltat însă peste Ocean. Prima contribuție majoră care a impulsionat dezvoltarea domeniului îi aparține lui Elton Mayo și grupului său care, dintr-o cercetare clasică de psihologie industrială, a extras ideea importanței climatului de grup ca mod de a obține sentimentul apartenenței și ca mijloc de schimbare a atitudinilor. Kurt Lewin și colaboratorii săi au impus conceptul de *cercetare-acțiune*, adică ideea de intervenție asupra unui mediu natural cu mijloacele pe care le oferă grupul însuși, prin acțiunile și procesele pe care le dezvoltă. Grupul are o dinamicitate a sa, poate dezvolta un spirit de căutare a celei mai bune formule pentru a atinge un scop propus; el devine un spațiu al confruntărilor și învățării reciproce. Lui Lewin și colaboratorilor săi, Lippitt și White, li se datorează noțiunea de „climat social" (autocratic, democratic, *laisser-faire*) și propunerea expresiei *dinamica grupului*, ca sistem de interacțiune a membrilor într-un câmp social (dezvoltând scopuri, norme, percepții reciproce, roluri) și mijloc de schimbare socială.

---

[1] În acest paragraf sunt numai enumerate cele mai cunoscute teorii despre grupuri. Pentru aprofundare, cititorii sunt invitați să consulte P. De Visscher, A. Neculau (coord.), *Dinamica grupurilor*, Polirom, Iași, 2001, pp. 29-58.

J.L. Moreno poate fi considerat şi el un precursor al cercetărilor asupra dinamicii grupului. Moreno, născut în România, a inventat o metodă de radiografiere a relaţiilor socio-afective dintr-un grup. Constatând că în orice grup se dezvoltă relaţii de simpatie şi antipatie şi că aceste relaţii spontane exprimă stereotipurile culturale ale membrilor, el constată că grupul se constituie din reţele (lanţuri) de simpatie/ antipatie care se organizează în subgrupuri, fenomen ce poate fi redat prin scheme grafice pe care Moreno le numeşte *sociograme*.

C. Rogers a propus ideea considerării grupului ca mijloc de dezvoltare. După Rogers, participarea la un grup de formare apare participanţilor ca o „întâlnire" în care îşi pot exprima sentimentele şi pot învăţa (prin interacţiune, prin experienţă) care sunt comportamentele dezirabile.

Încheiem acest paragraf cu enunţarea contribuţiei lui Serge Moscovici la dezvoltarea teoriei grupurilor. Într-o lucrare, astăzi celebră, *Psihologia minorităţilor active* (1970), Moscovici a propus noţiunea de „minoritate", pe care o consideră sursă de inovaţie şi de schimbare socială. El construieşte un nou model de influenţă socială, după care aceasta se repartizează, într-un grup, în mod inegal şi de o manieră unilaterală. Pentru a se menţine influenţa, se inventează mecanisme de control social pe care promotorii le rulează în vederea fondării unor „norme afective", generatoare de conformism. Pentru a se reduce starea de incertitudine a membrilor, se încurajează apariţia conflictului – factor de evoluţie socială, de inovaţie şi recunoaştere socială. Cercetările lui Moscovici au condus la dezvoltarea cercetărilor influenţei sociale şi a schimbării sociale prin norme de conformitate şi inovaţie grupală.

3.1. Cele trei dimensiuni

La început, grupul a fost cercetat ca forţă productivă superioară individului (rezolvarea de probleme, tratarea superioară a informaţiei, luarea unor decizii eficiente, elaborarea unor proiecte). Apoi ca mediu socio-afectiv care – prin comunicare, interacţiune, schimburi – dă grupului „personalitate relaţională". În fine, fiecare grup se prezintă ca întâlnire specifică, plasată într-un context personalizat. Din această articulare concretă a membrilor şi a acestora cu contextul social mai larg rezultă specificul muncii în grupuri, producţia fiecărui grup.

Analizând evoluţia dinamică a grupurilor, Chantal Leclerc (1999) a identificat trei dimensiuni specifice fiecărui grup : *instrumentală*, *relaţională* şi *contextuală*. Primele sunt dimensiuni „clasice", puse în evidenţă de toţi analiştii grupurilor care au studiat productivitatea acestora în funcţie de talie (sau mărime), sarcină, structură sau tipurile de relaţii ce apar ca urmare a interacţiunilor. *Dimensiunea instrumentală* raportează despre coordonarea membrilor către un scop comun şi organizarea comunicării în vederea fluidizării informaţiilor. *Dimensiunea relaţională* relatează despre gestionarea obiectivelor şi modul în care se articulează acestea cu aşteptările şi disponibilităţile membrilor, contribuind la dezvoltarea unor relaţii sociale care să convină actorilor sociali implicaţi. Dacă dimensiunea instrumentală se referă la producţia grupului şi conţinutul acesteia, cea relaţională relatează despre interacţiunile socio-afective.

Aceste prime dimensiuni – realizarea unei sarcini sau interacţiunea în vederea relaţionării socio-afective – au fost cercetate, încă din deceniul al şaselea, de mai mulţi exegeţi, care au degajat principalele lor caracteristici. Astfel, R.F. Bales (1950) a delimitat o arie a sarcinii sau socio-operatorie (oferirea de opinii şi informaţii, evaluare, control) şi alta socio-afectivă (manifestată prin solidaritate sau agresivitate); Benne şi Sheats (1948) au identificat roluri centrate pe sarcină (lansarea unei idei, solicitarea de informaţii, oferirea de opinii, coordonare) şi roluri de menţinere a coeziunii (încurajare, armonizare, facilitarea participării); iar Bennis şi Shepard (1956) au descris funcţii ale sarcinii (propunerea unor proceduri, elaborare, rezumare) şi funcţii de menţinere (încurajare, propunerea unor norme, gestiunea conflictelor, reducerea tensiunii). Ceva mai târziu, Blake şi Mouton (1978) au descris proceduri pentru producţie (tipul centrat pe sarcină, autoritar) şi preocupări pentru persoane (tipul club social sau regulator). Un „grupist" târziu, Saint-Arnaud (1989), care a dezvoltat o teorie a grupului optimal, a delimitat o energie de producţie de energia de solidaritate (relaţională, comunicaţională).

Toate cercetările dovedesc că în cazul primei dimensiuni *se pune accentul pe sarcină* (clasificarea obiectelor, organizare şi eficienţă, cercetarea celor mai bune mijloace de a atinge ţelul comun). Saint-Arnaud a găsit o bună formulă pentru a sintetiza această orientare funcţională a grupului: „producţia în funcţie de obiective şi utilizarea resurselor umane". În această perspectivă, comunicării între membri i se acordă doar un rol instrumental. Dimensiunea relaţională este pusă în evidenţă de „atracţia" către *apartenenţa la grup*. Într-o lucrare ce a cunoscut mai multe ediţii, *La dynamique des groupes* (1995), J. Maisonneuve a enumerat mai multe modalităţi prin care membrii îşi exprimă interesul pentru alţii: prietenie, nevoie de securitate, plăcerea de a face parte etc.

Dimensiunea contextuală înfăţişează grupul într-un cadru socio-istoric, într-un context dat. Se referă la condiţiile materiale, economice, juridice, instituţionale, ideologice şi politice în care evoluează grupul. Grupul nu este o unitate izolată, ruptă de comunitatea sau organizaţia în care este plasat, ci întreţine multiple legături cu aceasta (Neculau, 1977). Un grup şcolar, de exemplu (Neculau, 1983), nu poate fi analizat decât prin raportare la calitatea vieţii şcolare, la caracteristicile şcolii ca organizaţie socială (structura organizatorică, consultarea membrilor în luarea deciziilor, comunicaţia, controlul, motivarea membrilor, evaluarea acestora). Cu scopurile şi mijloacele sale, grupul nu va putea fi rupt niciodată de un mediu concret; prin capitalul şi resursele sale umane, materiale, financiare, el evoluează într-un context social-ideologic mai larg, al comunităţii sau societăţii (Leclerc, 1999).

Orice grup se plasează într-o comunitate care-şi imprimă ideile, credinţele, reprezentările sale, el se identifică – prin statutul său, prin apartenenţă, prin raporturile sale reale simbolice – cu o direcţie de gândire şi anumite practici sociale. Normele vieţii de grup, talia grupului, caracteristicile spaţio-temporale sunt impuse grupului de cadrul social în care acesta evoluează, de la cadrul social mai larg până la detalii ca buget, termene, putere formală, mijloace, competenţe. Am analizat recent (Neculau, 2000) modul în care contextul social-ideologic poate fi „construit" (=dirijat) în scopul obţinerii unor reacţii controlate din partea grupurilor şi actorilor.

Din cele expuse mai sus rezultă că producția grupului (orientarea instrumentală) precum și desfășurarea socio-afectivă (relațională) a vieții de grup nu sunt neutre rupte de sistemul social în care acesta este plasat. Dimpotrivă, orientarea grupului este determinată de context și imprimă membrilor anumite constrângeri pe care aceștia le incorporează și le transformă în „proprietăți" individuale: opinii și atitudini, stiluri comportamentale, raportare la ceilalți și la cadrul social-ideologic. Împărtășirea îndelungată a unei aceleiași culturi de grup, a unor condiții concrete și destine comune îl ancorează puternic pe individ la valorile sociale transmise prin intermediul grupului. Desigur, însușirea acestora de către actorii sociali va marca viața grupului, de la organizarea producției și orientarea spre sarcină până la viața socială și afectivă a grupului.

Elementele care fac parte din cele trei dimensiuni ale grupului

Dimensiunea instrumentală (care/ce ?)	Dimensiunea relațională (cum ?)
Sarcina Rezultă dintr-o activitate rațională prin raportare la *conținuturile* tratate și din obiective formale concise, pe termen mediu sau lung	**Relații** Rezultă din interacțiunile sociale și din *procesul* de construire a identității
Roluri instrumentale Procedee de producere a unui final printr-o repartiție eficientă a responsabilităților și a sarcinilor	**Roluri psihosociale** Procedee de comunicare, de a se defini reciproc. Se înscrie în dezvoltarea vieții afective
Comunicarea informațiilor și conținuturilor Marcat de reguli explicite de transmitere a informațiilor Cere competențe de codificare și decodificare	**Comunicare de poziții relaționale** Marcate de intersubiectivitatea și tentativele de influențare mutuală Cere interpretarea mesajelor
Criterii de evaluare a grupului Productivitate, eficacitate, contribuția membrilor la sarcină, coordonarea activităților etc.	**Criterii de evaluare a grupului** Solidaritate, franchețe, bogăția relațiilor, fluiditatea comunicării, bunăstare etc.
Necesități instrumentale – a realiza câteva lucruri – a rezolva o problemă externă	**Trebuințe afective și identitare** – a forma o imagine de sine pozitivă – a crea legături – a obține respectul celorlalți, recunoașterea identității sale, valorilor sale, a modalităților de acționare (chiar dacă acestea nu sunt agreate de unii membri)
Reguli care orientează conduita – reguli tehnice – proceduri de conduită a reuniunilor – reguli stabilite în funcție de realitatea materială	**Reguli care orientează conduitele** – norme sociale, frecvent implicite – acorduri referitoare la valori și preferințe – reguli stabilite în funcție de realitatea socială

Dimensiunea instrumentală (care/ce ?)	**Dimensiunea relațională (cum ?)**
Așteptarea unor comportamente - a stabili relații pentru sarcina de realizat	**Așteptarea unor comportamente** – a produce compatibilitate, reciprocitate, solidaritate
Dimensiunea contextuală (cu cine, cu ce și către ce ?)	
Condițiile concrete de întâlnire și lucru - Caracteristicile grupului - Spațiul : Dispunerea scaunelor Condiții de ventilare, claritate, temperatură, zgomote ambientale... Posibilitățile de interacțiune cu membri din exterior, interacțiuni cu persoane oficiale (participarea persoanelor din birouri similare, a avea legături cu servicii similare, cu viața din cartiere similare) - Timp : Frecvența interacțiunilor Durata interacțiunilor Timpul de care se dispune pentru a realiza o sarcină - Resurse umane, materiale și bugetare - Cadrul juridic și regulamentar - Structuri formale de funcționare (diviziunea muncii, mijloacele ierarhice ale deciziei, căile de circulație a informației...) **Orientarea grupului** (sisteme de preferințe și tendințele ideologice pe care le exprimă) - Orientare implicită și explicită - Presiuni interne și presiuni externe (mandat oficial, curent de opinii) - Stabilirea unei legături instituționale - Participarea voluntară sau constrângerea membrilor grupului **Compoziția și poziția grupului** - Compoziția grupului (statut, apartenență categorială și ideologică...) și relațiile intragrupale (alianțe, articulări, rivalități...) Poziția reală și simbolică ocupată de grup în mediul său și relațiile intergrupale	

(Sursă : Chantal Leclerc, 1999)

3.2. Funcțiile grupului

În timp, s-a înregistrat o oarecare confuzie în încercările de a caracteriza grupurile, de a identifica funcțiile, procesele, trăsăturile lor.

Funcțiile pe care le îndeplinește grupul sunt determinate de structura acestuia (formal sau informal), de sarcină și de tipul de organizare.

Printre primele încercări de a identifica *funcțiile* grupului, cea a lui D. Krech și R.S. Crutchfield (1952) pune accentul pe satisfacerea nevoilor membrilor : a) satisfacerea diferențiată a nevoilor membrilor, în funcție de organizarea ierarhică a grupului și autoritatea recunoscută a fiecăruia dintre aceștia ; b) satisfacerea nevoii de incorporare socială și de dominare (participare, încorporare, securitate, respectarea tradițiilor și ritualurilor) ; c) fiecare grup îndeplinește o funcție specifică (determinată de sarcină) şi funcţii accesorii, determinate de apariţia unor noi nevoi; d) crearea unor noi nevoi, pe măsură ce grupul evoluează spre noi scopuri. După Anne Ancelin Schützenberger (1971), funcţiile grupului sunt: de integrare, de reglementare a relaţiilor interindividuale şi a celor intraindividuale, de securitate. Structura grupului şi funcţiile pe care le îndeplineşte determină punerea în funcţiune a unor procese specifice de actualizare a acestora. Procesele ne apar ca modalităţi de interacţiune, punând în valoare funcţiile corespunzătoare (Bales). Noi am identificat (Neculau, 1977) următoarele tipuri de procese de grup, derivând din funcţiile îndeplinite: de realizare a sarcinii, de comunicare, afectiv-apreciativ, de influenţă. Recent, profesoarele Verena Aebischer şi Dominique Oberlé (1990) de la Universitatea Paris X reiau problema, descriind câteva funcţii pe care orice grup le îndeplineşte: de integrare, de diferenţiere, de schimbare şi de producere a ideilor.

Prima funcţie este cea de *integrare socială* a individului, a nevoilor şi aspiraţiilor sale. Oricare membru al grupului năzuieşte să se încadreze în viaţa de grup şi să se articuleze normelor pe care acesta le propune. El parcurge un proces adaptativ, realizând un dublu efort: de „învăţare” a semnificaţiilor şi regulilor grupului şi de transformare a acestui mediu, pentru a-l apropia de scala sa de valori. Procesul este dificil, implicând adesea divergenţe, conflicte, rupturi, evoluţii normale pe traseul adaptării dintre dinamica individuală şi cea socială. Individul este supus unui proces de *socializare* până la dobândirea statutului de „sociabil”. El suportă întâi influenţele normative şi referenţiale ale sistemului grup, începând cu grupul familial, apoi cu cel educativ. În aceste medii el învaţă valori, i se dezvoltă potenţele intelectuale, afective, morale, aici exersează roluri şi deprinderi de a interacţiona. Învăţarea socială are regimul oricărei învăţări cognitive: copilul îşi dezvoltă dimensiunea interindividuală prin participarea la diferite tipuri de grupuri. Învăţarea de roluri îi dezvoltă capacitatea de a interioriza şi înţelege imaginea altora şi îl ajută în formarea conştiinţei de sine, prin raportarea la judecăţile altora, la normele şi valorile pe care grupul i le propune. Doise şi Mugny (1987, 1991) au elaborat o teorie potrivit căreia dezvoltarea cognitivă a individului este condiţionată şi stimulată de interacţiuni într-un grup (clasă şcolară), denumind acest proces de dezvoltare socială a inteligenţei conflict socio-cognitiv. Orice demers cognitiv se desfăşoară într-un câmp relaţional, prin confruntare cu alţii, incluzând câmpul acţiunii, situaţia formată, contextul social.

Socializarea prin grup înseamnă încorporarea unor habitusuri, noţiune ce semnifică „o dispoziţie generală a spiritului şi a voinţei, construirea unei stări interioare profunde care orientează individul pentru tot restul vieţii” (É. Durkheim). După P. Bourdieu (1970, 1974), habitusul nu înseamnă doar condiţia socială de origine, ci mai ales traiectoria socială a individului, determinată de „structuri obiective” care-i pot limita poziţia. În acelaşi timp, socializarea înseamnă şi construirea socială a realităţii prin încorporarea manierei de a fi (simţi, gândi, acţiona) a unui grup, a viziunii acestuia asupra lumii şi a raporturilor sale cu viitorul, a credinţelor sale intime. Pentru individ, grupul de origine apare ca o sursă de „obiectivitate” şi el raportează toate achiziţiile ulterioare la această experienţă de bază (Dubar, 1991). Se parcurge un traseu de recunoaştere reciprocă individ-grup, o apropiere subiectivă a „obiectului” străin (grup) de către membri. Prin ataşament şi identificare (noţiuni de inspiraţie psihanalitică), candidatul la sociabilitate se identifică cu valori şi purtători de valori, individul ajunge să împărtăşească aceleaşi valori sociale cu grupul sau comunitatea pe care le frecventează.

Altă modalitate prin care individul încorporează valorile unui grup este raportarea la un grup de referinţă sau exerciţiul conformismului, supunerii şi normalizării[1].

Funcţia de *diferenţiere* se manifestă prin oportunitatea pe care grupul o oferă membrilor de a beneficia de „imaginea sa de marcă", dar şi de a se afirma personal. Fiecare membru al grupului are tendinţa de a se compara cu ceilalţi, de a pretinde recunoaştere. Diferenţierea socială este modalitatea de a căuta identitatea, ocazia de a se valoriza, de a dezvolta strategii inovatoare. Strategia creării unei stări de confruntare (chiar a conflictului) oferă unor minoritari din grup posibilitatea de a propune noi norme şi de a se afirma prin comparaţie cu majoritarii. Grupul se prezintă şi ca un *mijloc şi loc al schimbării*. Lewin prezintă grupul ca pe un câmp dinamic în care persoana, prin interacţiune, dobândeşte experienţe, intervine asupra evenimentelor, îşi reprezintă anticipat efectele acţiunilor sale, îşi proiectează viitorul. El îşi construieşte un „spaţiu de viaţă" în interiorul căruia îşi organizează acţiunile, în funcţie de normele, valorile, ideologia împărtăşită împreună cu ceilalţi. În realitate, câmpul dinamic lewinian este câmpul grupului în care funcţionează diferiţi factori economici, sociali, culturali şi ideologici care determină relaţiile cu exteriorul, care creează diferite canale de comunicare, norme şi valori, scopuri şi acţiuni, în care se interpretează roluri şi se asumă funcţii de conducere. Toate aceste elemente sunt interdependente, modificarea unuia antrenând schimbarea celorlalte elemente. Dacă stilul de comportament glisează de la stilul democratic către cel autoritar, de pildă, consecinţa este modificarea climatului de grup, apariţia unui grad de agresivitate manifestat prin explozii frecvente. Consecinţa este pierderea echilibrului grupului şi căutarea unui nou echilibru. Lewin a propus modalităţi strategice de introducere a schimbării în grup, prin modificarea atitudinilor membrilor de către experţi în schimbare.

În grup, schimbarea poate fi opera unor *actori sociali minoritari*. S. Moscovici (1979) a descris un alt tip de schimbare decât cea determinată printr-un responsabil sau expert. Un grup minoritar, adesea lipsit de resurse, putere, legitimitate etc., poate angaja o mişcare (istorică, culturală, ideologică) impunând un nou mod de a gândi şi acţiona, antrenând o spargere a vechilor stereotipuri şi o schimbare către propriile convingeri.

Există o bogată literatură care prezintă grupul ca *producător de idei*, ca mediu creativ privilegiat. Interacţiunile dintre membri, conversaţiile interioare stimulează emergenţa ideilor noi, elaborarea unei anumite „gândiri sociale" (*social thinking* – M. Billing, 1987). Discuţiile colective permit confruntarea cadrelor de referinţă, uneori radicalizează punctele de vedere (Moscovici şi Doise, 1970), dezvoltă cunoaşterea socială, adesea se soldează cu un plus de productivitate. Grupul este contextul care stimulează căutarea soluţiilor, produce conflict socio-cognitiv, facilitează cunoaşterea unor cadre de referinţă alternative. Perceperea, în urma discuţiilor, a ecartului dintre cadrele de referinţă ideale (privind normele şi rolurile sociale) şi practicile efective ale fiecărui subiect se prezintă ca o funcţie de reglare (C. Charbol, 1969), corectează acţiunile de comunicare, elucidează ambiguităţile – într-un cuvânt, propune noi practici cognitive.

---

[1] Aceste procese vor fi tratate într-un alt capitol.

4. Dinamica grupului

Termenul „dinamică" vine de la un cuvânt grecesc care înseamnă „forţă". Ca urmare, într-o transpunere exactă, dinamica grupului" ar însemna forţele care acţionează în interiorul unui grup. Iar cercetarea dinamicii grupului s-ar apleca asupra acestor forţe : naşterea lor, modificările ulterioare, consecinţe etc. Tehnologia dinamicii grupului (adică aplicarea practică a acestor forţe) constă atunci în utilizarea cunoştinţelor despre acest fenomen pentru atingerea unui scop oarecare (Cartwright, 1969).

Deşi inventarea expresiei i se datorează lui Kurt Lewin, sensul ei poate fi găsit în concepţiile unor înaintaşi cum sunt Comte, Simmel, Freud, Cooley. Însă Şcoala lui Lewin face din dinamica grupului studiul sistematic şi experimental al structurii şi proceselor ce se petrec în grup şi determină relaţiile grupului cu exteriorul. Într-o primă etapă, termenul desemna o ştiinţă experimentală, practicată în laborator asupra unor grupuri reunite artificial. Utilizând ca metodologie aparataj experimental de cuantificare a observaţiilor, cercetările asupra dinamicii grupului urmăreau funcţionarea grupului, coeziunea şi comunicaţiile, creativitatea grupului, conducerea. Într-o etapă secundă, acelaşi termen desemnează organizarea grupului şi eforturile de schimbare ale indivizilor. Înseamnă mai puţin grupul de laborator şi mai mult grupurile reale, grupurile formate în sânul organizaţiilor.

Astăzi, dinamica grupurilor se constituie din două mari părţi :

1) În primul rând, *ansamblul fenomenelor psihosociale ce se produc în grupurile primare şi legile care le reglementează*. Aceste fenomene sunt : a) relaţiile ce se stabilesc între grupul primar şi mediul său ; b) influenţa exercitată de un grup primar asupra membrilor săi, pentru care constituie o realitate şi o valoare, influenţă generatoare a unui anumit „climat psihologic" ; c) viaţa afectivă a grupului şi evoluţia sa în diverse circumstanţe ; d) factorii coeziunii şi disociaţiei.

2) În al doilea rând, *dinamica grupului este ansamblul metodelor de acţiune asupra personalităţii prin grup şi a metodelor de acţiune a acestor grupuri asupra grupurilor mai largi*. Aici se cuprind : a) studiul proceselor de „schimbare" (atitudini, sentimente, percepţii de sine şi de altul) prin grup, adică a tehnicilor de manipulare a grupurilor ; b) utilizarea metodelor de grup pentru tratarea tulburărilor de personalitate (metodele de psihoterapie prin grup) ; c) studiul schimbărilor sociale prin grupurile mici.

Ideea utilizării grupului ca un *câmp dinamic* al schimbării sociale şi individuale îi aparţine lui Kurt Lewin. El este considerat întemeietorul acestei direcţii spectaculoase de cercetare. Prin câteva articole scrise între 1944 şi 1947, el propune conceptele fondatoare (câmp social şi câmp de forţe, canale sociale, spaţiu de bază, schimbare) şi metodele prin care grupul artificial (experimental), reunit într-un laborator, poate acţiona printr-o „dinamică" proprie asupra fiecărui membru al său. Lewin înţelegea prin „dinamică" un ansamblu de schimbări adaptative, care se produc în structura grupului prin acţiunile întreprinse de către o parte din grup, având ca efect redistribuirea forţelor în interiorul acestuia şi reinstalarea într-un nou echilibru. Pentru Lewin, grupul nu reprezintă o sumă de forţe în interacţiune, ci un ansamblu complex, având trăsături distincte. Grupul este un tot dinamic, un câmp de forţă în sânul căruia se produc fenomene diferite de cele individuale, promovând interdependenţa membrilor; se prezintă ca un mijloc de intervenţie asupra participanţilor, în vederea schimbării acestora prin dezvoltarea capacităţilor lor de participare la decizii, de asumare a responsabilităţilor, de aderare la idealuri democratice. Grupul experimental devine un mijloc de antrenament, un mediu de formare, un for ştiinţific de manifestare a savantului-cetăţean.

Trei sintagme marchează începuturile: a) *Action Research* (cercetare-acţiune) derivează din concepţia lui Lewin potrivit căreia ştiinţele sociale sunt chemate să rezolve conflictele sociale, să lupte împotriva opresiunii, discriminării şi prejudecăţilor. Expresia poate desemna fie studiul raţional, controlul efectului acţiunii, fie găsirea celui mai bun comportament sau mod de acţiune în vederea atingerii unui obiectiv, fie o intervenţie la nivel global vizând organizarea unei strategii de acţiune pentru a atinge scopurile propuse; b) *Plannend Change* (schimbarea planificată, voluntară) pune accentul pe relaţia de consultanţă, aportul fiind deci de orientare clinică. K.D. Benne (1956), un psihosociolog din Şcoala lui Lewin, lansează o teorie după care intervenţia trebuie să dezvolte sistemului-client capacitatea de a-şi rezolva problemele (relaţionale) de adaptare, cât şi pe cele de ajustare la sistemul-grup. Prin această tehnică de sensibilizare a grupurilor şi organizaţiilor, accentul cade pe cooperarea actorilor sociali în identificarea problemelor, pe „centrarea asupra sarcinii" şi a „realităţii" din interiorul sistemului, pe funcţiile educative şi/sau terapeutice ale grupului pentru participanţii la procesul de schimbare şi pe rezolvarea efectivă a problemelor comune; c) *Training-group*-ul s-a născut din observaţiile psihosociologilor şi din datele experimentale privind nevoile membrilor grupului: de recunoaştere, de status social, de integrare şi de afirmare. Reuniţi în mod artificial, membrii grupului sunt invitaţi să realizeze „ce se întâmplă", „ce se poate face", urmărindu-se ca, prin discuţii, să se ajute reciproc, să se vadă aşa cum îi văd alţii, să înţeleagă ce se aşteaptă din partea lor. Grupul este orientat deci spre formare reciprocă, antrenament, învăţare prin cooperare. *T-group*-ul s-a născut în 1946, in cursul unui seminar de formare iniţiat de K. Lewin. Doi dintre colaboratorii săi, K. Benne şi L. Bradford, au continuat ideea, întemeind la Béthel (Maine) un Laborator Naţional de Formare având ca obiectiv dezvoltarea unor metode de formare pentru angajarea unor raporturi interpersonale adecvate, învăţarea unor comportamente sociale satisfăcătoare în exercitarea rolurilor sociale. Într-o evaluare târzie, unii dintre colaboratorii lui Lewin (Bradford, Gibb şi Benne, 1964) au evidenţiat caracteristicile: participarea pentru a învăţa, învăţarea tranzacţiei cu ceilalţi, dorinţa de a crea o societate miniaturală mai bună, acordarea ajutorului şi stimularea muncii eficiente. Rolul *T-group*-ului este acela de a construi un model colectiv în care fiecare membru să-şi regăsească propriile exigenţe şi să înveţe să se articuleze la exigenţele celorlalţi, inclusiv ale sistemului social. În 1976, K. Benne sublinia faptul că Lewin avea ca obiectiv şi „reeducarea" celor defavorizaţi de practicile discriminatorii.

Ţelurile pe care le urmăreşte metoda *T-group*-ului se grupează în jurul ideii de „învăţare reciprocă", de achiziţie prin apelul la experienţa celorlalţi: încurajarea unui spirit de cercetare şi de experimentare în relaţiile sociale, promovând nevoia de autoinformare privind articularea la contextul social; sporirea sensibilităţii faţă de aşteptările altora („conştiinţa interpersonală lărgită"); autenticitate sporită în relaţiile interpersonale; dezvoltarea capacităţii de a diagnostica situaţiile sociale (interpersonale, intergrupale), de a angaja comportamente de colaborare şi de a rezolva situaţiile conflictuale prin angajarea în rezolvarea problemelor. Metoda se prezintă ca o „învăţare situaţională", iar participanţii sunt invitaţi să „înveţe" noi comportamente cognitive, relaţionale, atitudinale. Un „laborator" în care se descopereau situaţii noi, se efectuau „cercetări intelectuale" şi se difuzau imediat rezultatele „aici şi acum" (De Visscher, 2001). Scopul acestei metode este să-l înveţe pe fiecare participant să descopere ce se aşteaptă din partea sa şi să realizeze relaţii sociale mai eficiente. Schimbarea propusă de Lewin se prezintă ca un proces în trei etape: a) dezrădăcinarea, invalidarea unui model comportamental inadecvat. Pentru a se elibera din capcana mulţumirii de sine, individul are nevoie de o tulburare emoţională; b) transferul; şi c) instaurarea unor noi standarde de grup, fixarea vieţii de grup la un nou nivel. Tehnica iniţiată de Lewin, aplicată în medii cât mai diferite (întreprinderi, şcoli, spitale), a evoluat spre forme noi, interferându-se cu tehnici de formare sau de psihoterapie. Uneori accentul este pus pe eliberarea expresiei şi afectivităţii, pe dezvoltarea competenţei verbale şi corporale sau pe combaterea comportamentului depersonalizat şi dezangajat. Aşa au apărut grupul de sensibilizare, grupul de conştientizare senzorială (corporală), atelierul de creativitate sau grupurile centrate pe dezvoltarea organizaţională sau pe formarea echipelor. De Visscher (1996) atrage atenţia asupra faptului că, în timp, s-a produs o distanţare între grupurile orientate către sarcină, roluri şi funcţii şi cele orientate către grupul în sine, care se concentrează asupra descoperirii grupului însuşi, apelând la schimburile verbale de informaţii. *Grupul de evoluţie*, de exemplu, pune accentul pe situaţia unică, neobişnuită, pe o împrejurare privilegiată care favorizează schimbul între participanţi. Prin schimb de informaţii, grupul ajunge la un model cultural şi încurajează transferul celor achiziţionate în acest „laborator". Experienţa, achiziţia dobândită aici este apoi aplicată în grupurile naturale. Grupul de evoluţie se prezintă deci ca o practică de derulare şi dezvoltare în direcţia nevoilor participanţilor şi nu către un model prestabilit. Spre deosebire de modelul clasic lewinian, care preconiza „izolarea culturală", grupul de evoluţie propune contactul cu realitatea concretă, identificarea unor „situaţii de analizat", plecând de la experienţa trăită de participanţi în grupuri şi organizaţii. Teoria şi tehnica *grupului de întâlnire*, fondată de Carl Rogers (1971), propune participanţilor să-şi schimbe atitudinile şi comportamentele, să înveţe să se accepte prin schimbul prilejuit de o „întâlnire" autentică cu alţii. Întâlnirea permite participanţilor să descopere, la ceilalţi, atitudini sociale necunoscute, să-şi dezvăluie propria imagine în ochii altora, să găsească sensuri noi cuvintelor utilizate. Să realizeze o priză de conştiinţă, crescând astfel încrederea în valoarea acţiunii prin grup, în puterea grupului de a favoriza schimbarea personală. Un experiment realizat la Universitatea din Iaşi în 1977 (Neculau *et al.*), utilizând metoda propusă de Rogers, a dovedit că „întâlnirea" unor necunoscuţi poate evolua prin câteva faze semnificative: explorarea şi manifestarea unor aspecte personale semnificative, exprimarea sentimentelor interpersonale imediate în grup, acceptarea de sine şi acceptul schimbării. Achiziţiile participanţilor se dispun pe trei planuri: *al sinelui* (creşterea conştiinţei propriilor sentimente şi reacţii şi a efectului produs asupra altora, prin înţelegerea sentimentelor şi reacţiilor celorlalţi; modificarea atitudinii faţă de sine şi faţă de grup prin descoperirea toleranţei, respectului şi încrederii); *al rolului social* (amplificarea conştiinţei rolului social, creşterea responsabilităţii individuale, schimbarea atitudinii faţă de rolurile celorlalţi); *al organizaţiilor sociale* (creşterea încrederii în valoarea acţiunii prin grup şi puterea grupului, conştientizarea problemelor organizaţiei şi ale comunităţii). Specificul grupului de întâlnire constă în lipsa structurării grupului, axarea discuţiilor pe o temă „fierbinte" şi distribuirea funcţiei de „facilitator" animatorului de grup.

5. Animarea grupurilor

Pentru cei care animă munca în grupuri se folosesc mai mulţi termeni: animatori, lideri, monitori. Se pare că animatorul are mai curând rolul de a incita, de a insufla viaţă, în timp ce monitorul interpretează, încearcă să înţeleagă, împreună cu grupul, experienţa comună (De Visscher, 2001). G. Palmade (1959) crede că în grupurile cu sarcină rolurile s-ar distribui spre *producţie* (executarea sarcinii impuse), *facilitare* (reformularea obiectivelor, planificare, incitarea la muncă, deblocarea situaţiilor dificile) şi *organizare* (amenajarea relaţiilor dintre participanţi). Saint-Arnaud (1972, 1978) ajunge la concluzia că cei care animă grupurile îşi asumă funcţiile: *de clarificare* (defineşte, reformulează, rezumă, sintetizează), *organizare* (suscită, menţine ordinea, planifică) şi *facilitare* (asigură atingerea obiectivelor, creează climatul favorabil, evită confruntările). De Visscher crede că în orice grup puterea ar trebui împărţită între *expert* (cel care dispune de competenţă şi îşi oferă serviciile), *autoritate* (deţinătorul puterii legitime, cel îndreptăţit să distribuie recompense şi pedepse) şi *animator* (organizator, „înlesnitor").

Animatorul pare să fie membrul grupului care apare în procesul de evoluţie a grupului. El se impune prin calităţile sale şi este acceptat; înţelege că trebuie să împartă responsabilităţile, îşi asumă sarcini, dar îi încurajează şi pe ceilalţi să se implice, exercită o influenţă mutuală, devine motorul angajamentului şi al schimbării. Dacă animă un grup de sarcină, atunci îşi asumă funcţiile de *regularizare* a proceselor socio-afective, de *producţie*, orientându-se asupra sarcinii şi favorizând circulaţia şi comprehensiunea ideilor şi opiniilor membrilor sau de *facilitare* a schimburilor, de funcţionare eficientă. Dacă animatorul îşi asumă rolul de psihoterapeut sau consultant de grup, atunci funcţiile sale pot fi grupate astfel : *executivă* (structurează, planifică, organizează, favorizează dezvoltarea personală a membrilor prin învăţare interpersonală) ; *de susţinere afectivă* (inspiră căldură şi încredere, favorizează apariţia unui climat de deschidere şi acceptare) ; *elucidarea proceselor de grup* (propune interpretări, dă un sens experienţelor sau situaţiilor confuze, propune modele conceptuale) ; *stimulare emoţională* a interacţiunilor, prin favorizarea expresiilor emotive intense şi personale. El se axează pe trăirea „aici şi acum", evită raţionalizarea comportamentelor.

După o trecere în revistă a mai multor modele, Ch. Leclerc (1999) defineşte funcţia de animaţie a grupului „ca un ansamblu de roluri şi abilităţi de intervenţie ce permit responsabililor desemnaţi, dar şi altor membri ai grupului, să-şi canalizeze energia" către : comunicare, observare şi elucidare, structurare, realizarea sarcinii colective şi favorizarea climatului pozitiv.

Funcţiile de animator

Cinci funcţii generice	**Animarea grupului de sarcină (după Palmade)**	**Discuţia în grupul optimal (Saint-Arnaud)**	**Psihoterapie şi consultare (Liberman, Yalom şi Miles)**
Comunicare Favorizează înţelegerea mutuală şi a interacţiunilor			
Metacomunicarea Favorizează observarea şi elucidarea proceselor de grup			**Elucidarea proceselor de grup**
Producţia Favorizează producţia grupului şi realizarea sarcinii	**Producţia** Privind realizarea sarcinii şi a conţinuturilor tratate de grup	**Clasificarea** Favorizează circulaţia ideilor şi înţelegerea mesajelor	
Structurare Favorizează un demers coerent şi structurat	**Facilitarea** Privind mijloacele pentru atingerea obiectivelor grupului respectând procedurile	**Organizarea** Priveşte planificarea intâlnirilor, echilibrul participării, gestiunea dreptului la cuvânt, sensibilizarea la timp	**Funcţiile executării**
Susţinere afectivă Favorizează un climat pozitiv şi dezvoltarea unor relaţii satisfăcătoare	**Regularizare** Privind relaţiile între membrii şi priza socio-afectivă	**Facilitarea** Favorizează stabilirea relaţiilor interpersonale şi ţine cont de bogăţia emoţiilor şi a sentimentelor care animă membrii	**Stimularea emoţiilor** **Susţinere afectivă**

Funcții și roluri în grup

O clasificare a rolurilor membrilor în T-group

Analiza care urmează, privind rolurile funcționale în grup, a fost dezvoltată în 1947 în colaborare cu First National Training Laboratory in Group Development. Ea urmărește strâns analiza funcțiilor de participare folosite în codificarea (cu scop de cercetare) a conținutului proceselor-verbale ale grupurilor.

Rolurile de membru identificate în această analiză sunt clasificate în trei grupări largi:

(1) *Roluri privind sarcina (*task*) grupului*. Rolurile de participant sunt legate de obiectivul pe care grupul decide să-l îndeplinească sau pe care l-a îndeplinit. Scopul lor este de a facilita și coordona eforturile de grup în selectarea și definirea unei probleme comune și în soluționarea acestei probleme.

(2) *Roluri de construire și menținere a grupului*. Rolurile din această categorie sunt orientate spre funcționarea grupului ca grup. Ele sunt configurate în așa fel încât să altereze sau să mențină modul de funcționare a grupului, să întărească, să reglementeze și să perpetueze grupul ca grup.

(3) *Roluri individuale*. Această categorie nu clasifică rolurile de membru ca atare, din moment ce „participările" la care se face referință sunt dirijate spre satisfacerea nevoilor individuale ale „participanților". Scopul lor este individual și este irelevant atât pentru sarcina grupului, cât și pentru funcționarea grupului ca grup. Astfel de participări sunt, desigur, extrem de relevante în problema *T-group*-ului în măsura în care un asemenea *training* este dirijat către îmbunătățirea maturității grupului sau a eficienței îndeplinirii sarcinii grupului.

Rolurile de sarcină ale grupului

Analiza care urmează presupune că sarcina grupului de discuție este de a selecta, defini și soluționa probleme comune. Rolurile sunt identificate în legătură cu funcțiile de facilitare și coordonare a activităților de grup centrate pe rezolvarea de probleme. Bineînțeles, fiecare membru poate juca mai mult de un singur rol în orice instanță de participare și mai multe tipuri de roluri în participare succesivă. Fiecare dintre aceste roluri poate fi jucat atât de „liderul" grupului, cât și de diferiții membri ai grupului.

a. *Inițiatorul contributiv* sugerează sau propune noi idei grupului sau o manieră diferită de a privi problemele ori sarcina grupului. Noutatea propunerii poate lua forma sugerării unei noi sarcini de grup sau unei noi definiții pentru o problemă. Poate lua forma unei soluții sugerate sau a unei anumite modalități de a răspunde unei dificultăți cu care se confruntă membrii grupului. Sau poate lua forma unei noi proceduri propuse grupului, a unei noi forme de a organiza grupul pentru atingerea obiectivului propus.

b. *Solicitantul de informații* cere clarificarea sugestiilor făcute din punctul de vedere al adecvării lor factuale, a informațiilor cu autoritate sau a faptelor relevante pentru problema discutată.

c. *Solicitantul de opinii* este interesat mai puțin de faptele în sine, cât de clarificarea valorilor relevante pentru ceea ce întreprinde grupul sau a valorilor conținute în una sau mai multe dintre sugestiile alternative făcute preliminar.

d. *Furnizorul de informații* oferă fapte sau generalizări care fie au „autoritate", fie stabilesc o legătură pertinentă între propria experiență și problema grupului.

e. *Furnizorul de opinii* își oferă propria opinie față de una sau mai multe dintre sugestiile făcute. Acesta insistă asupra propunerii sale privind ceea ce ar trebui să constituie setul pertinent de valori ale grupului și nu asupra datelor sau informațiilor relevante.

f. *Elaboratorul* structurează sugestiile făcute în funcție de exemplele sau semnificațiile dezvoltate, oferă o motivație a sugestiilor făcute anterior și încearcă să verifice deductiv felul în care ar funcționa o idee sau sugestie dacă ar fi adoptate de grup.

g. *Coordonatorul* indică sau clarifică relațiile dintre diferitele idei sau sugestii, încearcă să le combine sau să coordoneze activitățile diferiților membri sau ale subgrupurilor.

h. *Orientatorul* definește poziția grupului față de scopurile sale, rezumând ceea ce s-a petrecut până atunci, indică divergențe față de direcțiile sau scopurile comune sau pune sub semnul întrebării direcția în care evoluează discuția grupului.

i. *Evaluatorul critic* supune realizările grupului unui standard sau unui set de standarde ale funcționării de grup în contextul sarcinii de grup. Astfel, el poate evalua sau pune sub semnul întrebării „caracterul practic", „logica", „faptele" sau „procedura" unei sugestii sau a discuției unui subgrup.

j. *Energizatorul* impulsionează grupul spre acțiune sau decizie, încearcă să stimuleze grupul în direcția unei activități „mai susținute" sau de „calitate mai bună".

k. *Tehnicianul procedural* accelerează mișcarea grupului performând sarcini de rutină (de exemplu, distribuie materiale) sau manevrează obiecte pentru întregul grup (de exemplu, rearanjează scaunele sau manipulează mașina de înregistrat).

l. *Registratorul* consemnează sugestiile, face un proces-verbal al deciziilor luate de grup, consemnează produsul discuției. Rolul registratorului este acela de „memorie a grupului".

Rolurile de menținere și construire a grupului

În acest caz, analiza funcțiilor de membru este orientată spre acele participări care au ca scop construirea de atitudini de grup și orientarea între membrii unui grup sau menținerea și perpetuarea comportamentului de grup. O contribuție poate implica jucarea a diferite roluri; un membru al grupului sau un „lider" poate să joace, succesiv, diferite roluri.

a. *Încurajatorul* este cel care se pune de acord și acceptă contribuțiile celorlalți. Atitudinea sa față de alți membri ai grupului indică solidaritate și căldură; el oferă recompense și laude și arată, în diferite moduri, că înțelege și acceptă punctele de vedere, ideile și sugestiile celorlalți.

b. *Armonizatorul* mediază diferențele dintre ceilalți membri, încearcă să reconcilieze dezacordurile, reduce tensiunea în situațiile de conflict prin glume, clovnerii etc.

c. *Realizatorul de compromisuri* operează din interiorul unui conflict în care este implicată și poziția sau ideea sa. El poate oferi soluții de compromis cedând status, admițându-și eroarea, disciplinându-se în scopul de a păstra armonia de grup sau „lăsând de la el" în relația cu grupul.

d. *Ușierul* încearcă să mențină deschise canalele de comunicare încurajând sau facilitând participarea celorlalți („să ascultăm și opinia domnului X") sau propunând reglarea traficului de comunicare („să încercăm să vorbim fiecare mai puțin, pentru a oferi tuturor șansa de a contribui").

e. *Creatorul de standarde* exprimă standardele pe care trebuie să le atingă funcționarea grupului sau aplică standardele în evaluarea calității proceselor de grup.

f. *Observatorul şi comentatorul grupului* păstrează procesele-verbale ale diferitelor aspecte ale procesului de grup şi alimentează cu date evaluarea de către grup a propriilor proceduri.

g. *Executantul* se lasă dus de val, acceptând mai mult sau mai puţin pasiv ideile altora, servind drept audienţă a discuţiilor şi deciziilor de grup.

Roluri *„individuale"*

Încercările unor „membri" ai grupului de a-şi satisface nevoi individuale irelevante pentru îndeplinirea sarcinii grupului şi care nu sunt orientate negativ faţă de construirea şi menţinerea grupului ridică probleme în procesul de *training* de grup. Incidenţa ridicată a participării „centrate pe individ", spre deosebire de participarea „orientată spre grup", sunt întotdeauna îndemnuri la autodiagnostic adresate grupului. Diagnoza poate revela una sau mai multe condiţii – cât de scăzut este nivelul de *training* aptitudinal al membrilor grupului, incluzându-l pe liderul grupului; prevalenţa punctelor de vedere „autoritare" sau *laissez-faire* faţă de funcţionarea de grup în cadrul grupurilor; un nivel scăzut de maturitate, disciplina şi moralul grupului; o sarcină de grup definită inadecvat sau nepotrivit aleasă etc. Indiferent de diagnoză, nevoile de *training* ale grupului trebuie descoperite, iar eforturile de *training* care satisfac aceste nevoi trebuie definite în acest cadru. „Suprimarea" imediată a „rolurilor individuale" va priva grupul de datele necesare unei autodiagnoze şi terapii cu adevărat adecvate.

a. *Agresorul* poate funcţiona în diferite moduri – micşorând statusul celorlalţi, exprimându-şi dezaprobarea faţă de valorile, actele şi sentimentele celorlalţi; atacând grupul sau problema pe care grupul încearcă să o rezolve; arătându-se invidios faţă de contribuţia altora, încercând să-şi revendice meritele acestora etc.

b. *Cel care blochează* tinde să fie negativist şi să reziste până la încăpăţânare, opunându-se fără motiv sau căutând nod în papură, încercând să menţină sau să reinvie o chestiune chiar şi după ce grupul a respins-o sau a considerat-o secundară.

c. *Căutătorul de recompensă* încearcă să atragă atenţia asupra sa, lăudându-se, referindu-se la realizări personale, acţionând în maniere neobişnuite, străduindu-se să nu fie plasat într-o poziţie de „inferioritate" etc.

d. *Confesivul* foloseşte şansa de a avea o audienţă pentru a-şi exprima „sentimente", „păreri" şi „opţiuni ideologice" irelevante pentru grup.

e. *Play-boy*-ul face caz de lipsa sa de implicare în procesul de grup. Acest rol poate lua forma cinismului, nonşalanţei sau alte forme mai mult sau mai puţin studiate de comportament escapist.

f. *Dominatorul* încearcă să-şi aserteze autoritatea sau superioritatea în manipularea grupului sau a unor membri din grup. Această dominaţie poate lua forma flatării, asertării unui status superior, a dreptului la atenţie specială, a dirijării autoritare a grupului, a întreruperii altora etc.

g. *Solicitantul de ajutor* încearcă să cerşească răspunsuri simpatetice din partea altor membri ai grupului sau din partea întregului grup, fie exprimându-şi insecuritatea şi confuzia personală, fie depreciindu-se mai mult decât este necesar.

h. *Lobbyist*-ul vorbeşte în numele „micului om de afaceri", al „comunităţii", al „casnicei", al „muncitorilor" etc., adaptându-şi propriile prejudicii stereotipului care se potriveşte cel mai bine nevoilor sale individuale.

Sursa: K.D. Benne, P. Sheats, 1948)

REZUMAT

Reflecţiile despre grup premerg apariţiei psihologiei sociale – referinţe la acest concept întâlnim la filosofii antici, la socialiştii utopici sau în operele istoricilor şi sociologilor moderni. Teoria grupurilor a pătruns în ştiinţele sociale la începutul secolului trecut, fenomenul fiind stimulat de schimbările tehnice, economice şi demografice determinate de urbanizarea accelerată şi dezvoltarea mecanismelor tehnico-birocratice. Prin deceniile patru şi cinci s-a înregistrat o explozie a cercetărilor asupra grupurilor, dezvoltându-se o teorie coerentă privind producţia în grupurile mici, rolul relaţiilor socio-afective şi capacitatea grupului de a asigura socializarea indivizilor şi antrenarea lor în comunicare şi interacţiuni satisfăcătoare. S-a descoperit că grupul îndeplineşte funcţii de integrare socială şi de diferenţiere a membrilor, stimulând emergenţa ideilor noi. S-a dezvoltat o teorie şi o tehnică de stimulare a creativităţii de grup şi de antrenament psihosocial pentru viaţă în instituţii şi comunităţi.

Întrebări şi teme de reflecţie

1. Identificaţi deosebirile dintre grupul restrâns şi alte tipuri de grupuri psihosociale.
2. Descrieţi grupul dumneavoastră utilizând ca elemente de reper definiţiile date grupului de către Pierre De Visscher şi Chantal Leclerc.
3. Ce se înţelege prin sintagma „dinamica grupurilor"?
4. Cum poate fi utilizată metoda *T-group*-ului în schimbarea atitudinii faţă de alţii?

Bibliografie

Aebischer, V.; Oberlé, D. (1990). *Le groupe en psychologie sociale*. Paris: Bordas.

Anzieu, D.; Martin, J.Y. (1994). *La dynamique des groupes restreints* (ed. a X-a). Paris: PUF.

Cartea echipelor (1939). Bucureşti: Fundaţia Culturală Regală „Principele Carol".

De Visscher, P. (1996). Dinamica grupurilor restrânse. În A. Neculau (coord.). *Psihologia socială*. Iaşi: Polirom.

De Visscher, P. (2001). *La dynamique des groupes d'hier à aujourd'hui*. Paris: PUF.

De Visscher, P.; Neculau, A. (coord.) (2001). *Dinamica grupurilor. Texte de bază*. Iaşi: Polirom.

Leclerc, Ch. (1999). *Comprendre et construire les groupes*. Les Presses de L'Université Laval, „Chronique sociale".

Moscovici, S. (1979). *Psychologie des minorités actives*. Paris: PUF.

Neculau, A. (1977). *Liderii in dinamica grupurilor*. Bucureşti: Editura Ştiinţifică.

Neculau, A.; Zlate, M. (1983). Clasa de elevi ca formaţiune psihosociologică. În Ion Radu (coord.). *Psihologia educaţiei şi dezvoltării*. Bucureşti: Editura Academiei.

Radu, N.; Neculau, A. (1984). Cercetarea psihosociologică a grupurilor umane. În Ana Tucicov-Bogdan (coord.). *Psihologia socială în România*. Bucureşti: Editura Academiei.

Rogers, C. (1973). *Les groupes de rencontre*. Paris: Dunod.

[illegible], J.C. (2000). *Grupul – spaţiu analitic. Observaţie şi teorie*. Iaşi : Polirom.

[illegible]-Arnaud, Y. (1989). *Les petits groupes. Participation et communications*. Presses de l'Université de Montréal, CIM.

[illegible], A. (1998). *Conduite perverse în grup. Interpretări şi intervenţii*. Iaşi : Polirom.

Concepte-cheie

Animarea grupurilor – organizarea muncii în grupuri prin încurajarea producţiei comune, facilitare (reformularea obiectivelor, planificare, incitare la muncă) şi organizare (amenajarea relaţiilor dintre membri).

Dinamica grupurilor – ansamblul metodelor de acţiune asupra indivizilor prin intermediul grupurilor, în vederea schimbării atitudinilor, sentimentelor, percepţiilor de sine şi de alţii.

Grup - ansamblu de persoane aflate în interacţiune şi având sentimentul apartenenţei la o entitate colectivă, organizat în vederea atingerii unor obiective comune, împărtăşite de către toţi membrii.

Grup primar (restrâns) – număr redus de indivizi având fiecare o percepţie individualizată asupra celorlalţi ; relaţii afective intense şi solidaritate ; diferenţiere de roluri între membri şi construirea în comun a normelor şi credinţelor comune.

Grup secundar (organizaţie) – sistem social sau subsistem bine structurat, dezvoltând relaţii funcţionale în interiorul unui segment al realităţii sociale, după norme juridice, economice, politice.

T-group - metodă de antrenament social inventată de K. Lewin, vizând achiziţia unor competenţe psihosociale (diagnosticarea situaţiilor sociale, comunicare, interacţiune) prin schimb de informaţii cu ceilalţi, punând accent pe „învăţarea reciprocă" şi experimentare.

Procese şi fenomene de grup

Ştefan Boncu

PREFAŢĂ

Vom descrie în acest capitol felul în care grupurile influenţează comportamentul membrilor, centrându-ne atenţia asupra a trei fenomene ori procese ce pot apărea în grupuri: facilitarea socială, lenea socială şi dezindividualizarea.

1. Facilitarea socială

O întrebare fundamentală pe care ştiinţa socială ar trebui să o rezolve înaintea multor chestiuni se referă la prezenţa celuilalt: în ce fel îl influenţează aceasta pe individ? Îl inhibă ori îl stimulează în sarcinile pe care le desfăşoară în cotidian? Există efecte detectabile ale simplei prezenţe ale celuilalt? Este, la urma urmei, simpla prezenţă un concept viabil?

Cu siguranţă, nu întâmplător aflăm la începuturile psihologiei sociale experimentale preocupări legate de prezenţa socială. Într-un articol din 1898, intitula „Factori dinamogenetici în competiţie şi în imprimarea ritmului", psihologul american Norman Triplett a remarcat timpii superiori ai cicliştilor evoluând în compania altora, în comparaţie cu timpii obţinuţi în situaţia de cursă solitară. El a imagina apoi un context pe care l-a vrut modelul curselor de biciclete, cerând unor copii să acţioneze mulinete „cât de repede sunt în stare", singuri sau având alături pe alţii care făceau acelaşi lucru. Cercetătorul a constatat o performanţă superioară în al doilea caz, conchizând asupra influenţei benefice pe care prezenţa altora ce execută o sarcină identică o are asupra individului.

În anii '20, Floyd Allport a dat un nume acestui fenomen – facilitarea socială –, semnalându-i prezenţa şi în lumea animală. În principiu, facilitarea socială se referă la ameliorarea performanţei subiectului atunci când ceilalţi sunt de faţă în raport cu situaţia în care subiectul se află singur. Acelaşi psiholog a distins între efectele publicului (ceilalţi asistă pasivi la evoluţia subiectului) şi efectele co-acţiunii (ceilalţi prezenţi fac acelaşi lucru ca şi subiectul).

În perioada dintre cele două războaie mondiale cercetările s-au înmulţit, făcând apel atât la subiecţi umani, cât şi la subiecţi recrutaţi din diferite specii animale

Totuşi, pe lângă efectele propriu-zise de facilitare socială, s-a constatat curând că există situaţii în care prezenţa altora se soldează cu efecte negative asupra performanţei. Lipsa unei explicaţii unificatoare, precum şi dificultatea de a defini cu exactitate pasivitatea publicului au condus la dispariţia interesului pentru acest fenomen.

În 1965, când Robert Zajonc publică un articol cu un impact deosebit, studiile asupra facilitării sociale căzuseră în desuetudine şi mulţi le priveau ca pe o eroare a debutului, ca pe o fundătură a cercetării. Prin simplitatea şi nemaipomenita eleganţă a interpretării sale, Zajonc va resuscita preocupările pentru acest domeniu. Astăzi nici o discuţie despre procesele de grup sau despre influenţa socială nu mai poate ocoli probema dificilă a facilitării sociale.

Teoria impulsului. Punctul de plecare al psihologului social american a fost un principiu bine cunoscut al psihologiei experimentale : ideea că activarea (sau excitarea fiziologică) întăreşte răspunsul dominant. Potrivit ecuaţiei Hull-Spence, tendinţa de a da un răspuns creşte direct proporţional cu puterea obişnuinţei de a-l emite şi cu nivelul impulsului. Creşterea activării îmbunătăţeşte performanţa în activităţile simple, bine învăţate ; aici răspunsul către care există propensiune - răspunsul dominant - este cel corect. Dimpotrivă, în sarcinile complexe, răspunsul dominant nu mai corespunde celui corect, iar activarea, favorizând emiterea lui, duce la o performanţă slabă sau chiar la eşec. Zajonc a aruncat o punte între cele două domenii de cercetare, observând că prezenţa celorlalţi determină creşterea activării - aceasta este ipoteza fundamentală a modelului său. Prin urmare, compania celorlalţi provoacă răspunsurile dominante, făcând ca individul să se depăşească pe sine în sarcinile simple, pe care le cunoaşte perfect, şi să aibă o evoluţie nemulţumitoare în cele complicate, de rezolvare de probleme sau de creativitate. La drept vorbind, facilitarea socială îşi merită numele numai în cazul primului tip de sarcini - în sarcinile complexe ea se transformă într-un serios blocaj extern.

În 1969, Zajonc, Heingarten şi Herman au realizat un experiment inspirat din studiile interbelice asupra facilitării sociale la animale : ei au folosit drept subiecţi gândaci de bucătărie. Se ştie că în faţa unei surse de lumină, răspunsul dominant al insectelor este fuga. Zajonc şi colaboratorii săi au construit un aparat care conţinea fie un tub drept prin care se puteau deplasa insectele, fie un tub în cruce. În cazul tubului drept, ei au plasat o sursă de lumină la un capăt, iar la celălalt capăt, o cameră întunecoasă, care reprezenta limanul pentru gândacii fotofobi. În aceste condiţii, răspunsul dominant era adaptativ : fugind în linie dreaptă în sensul opus celui din care venea lumina, gândacii se adăposteau în întuneric. Pe de altă parte, în cazul tubului în cruce, camera întunecoasă nu se afla la capătul opus sursei de lumină, ci era plasată lateral : ca să ajungă la adăpost, insectele trebuiau să se întoarcă la dreapta la jumătatea drumului. Dacă ele continuau să alerge înainte, dădeau peste o cameră luminoasă. De data aceasta, răspunsul dominant nu era cel adecvat : îndepărtându-se în linie dreaptă de sursa de lumină, insectele se îndepărtează şi de camera întunecoasă.

Potrivit ipotezei fundamentale a lui Zajonc, prezenţa altora din aceeaşi specie va întări răspunsul dominant. Această întărire va ameliora performanţa în cazul tubului drept, dar o va deteriora în cazul tubului în cruce. Experimentatorii au creat două condiţii de prezenţă socială: co-acţiune şi public pasiv. Co-acţiunea presupunea ca insectele să alerge câte două, fie în tubul drept, fie în tubul în cruce. Prezenţa publicului pasiv a fost asigurată prin crearea unor mici cabine de o parte şi de alta a tuburilor din plexiglas, prin care patru insecte priveau la cele care se puneau la adăpost în faţa luminii; evident, insectele din tub puteau percepe această prezenţă socială. Rezultatele acestui experiment bizar pentru psihologia socială au confirmat pe deplin teoria impulsului: în aparatul cu tub drept, prezenţa celorlalţi din aceeaşi speie a făcut ca insectele să ajungă mai repede în camera întunecoasă. Dimpotrivă, insectele care alergau în tubul în cruce şi care trebuiau să emită un răspuns subordonat pentru a ajunge în întuneric au avut o performanţă mai slabă dacă au fost însoţite sau privite de alte insecte decât dacă au fost singure. Aşadar prezenţa celorlalţi a crescut probabilitatea răspunsului dominant, fie el corect sau incorect.

Zajonc a insistat asupra rolului simplei prezenţe în facilitarea socială. Potrivit acestui autor, facilitarea socială, deci ameliorarea performanţei subietului în sarcinile simple şi deteriorarea performanţei lui în sarcinile complexe, are la bază simpla prezenţă a celorlalţi – ceea ce implică un public total inactiv, ce nu oferă nici un feedback. Zajonc susţine că fenomenul de facilitare socială are loc indiferent de ceea ce fac membrii publicului şi indiferent de ceea ce gândeşte subiectul despre prezenţa lor.

Teoria fricii de evaluare. Principala rivală a concepţiei lui Zajonc este teoria fricii de evaluare, elaborată de Nicholas Cottrell (1972). Acesta susţine că publicul, ca şi co-actorii, înseamnă pentru individ, înainte de toate, posibilitatea de a fi evaluat. Ca atare, autorul menţionat propune o modificare a teoriei simplei prezenţe, avansând ipoteza că celălalt provoacă o creştere a activării (excitării fiziologice) numai dacă este privit ca potenţial evaluator. Cottrell acceptă ideile lui Zajonc despre rolul activării în situaţiile de facilitare socială (aceasta stimulează răspunsurile dominante), dar neagă faptul că activarea ar fi produsă de simpla prezenţă a celorlalţi.

Pentru a testa această ipoteză, Cottrell şi colaboratorii săi au contrastat condiţia de simplă prezenţă cu una în care membrii publicului erau legaţi la ochi, explicându-se subiectului că aceştia se pregătesc astfel pentru a participa la un experiment asupra percepţiei. Spre deosebire de publicul dispunând de posibilitatea urmăririi evoluţiei subiectului, cei lipsiţi de această posibilitate n-au determinat răspunsuri dominante decât într-o măsură foarte redusă; cercetătorii au putut conchide că ei n-au influenţat nivelul de activare al subiectului. Facilitarea socială are la bază aşadar evaluarea pe care ceilalţi o fac asupra subiectului, şi nu simpla lor prezenţă.

S-a demonstrat, de asemenea, că indivizii cu scoruri înalte la anxietate devin mai anxioşi în situaţia de evaluare de către un public decât cei care au această trăsătură mai puţin pronunţată, fapt ce confirmă teoria fricii de evaluare. Cottrell a explicat capacitatea instanţei evaluatoare de a suscita frică prin anticiparea de către actor a rezultatelor negative ale evaluării. Provocând frică, aceste expectanţe produc implicit o creştere a activării. Pe de altă parte, expectanţele cu privire la urmările pozitive ale evaluării implică şi ele o activare, încât ambele tipuri de expectanţe sfârşesc prin a produce efecte de facilitare socială.

Facilitarea socială constituie astăzi obiectul unei vii confruntări de idei. Chiar dacă procesele de facilitare au loc la nivelul zero al interacţiunii, ele constituie forma radicală de influenţă, cea mai simplă, dar căreia cu greu ne putem sustrage.

2. Lenea socială

Max Ringelmann, un profesor francez de inginerie agricolă, a realizat la sfârşitul secolului al XIX-lea un număr de experimente pentru a stabili eficienţa unor grupuri de mărimi diferite în realizarea sarcinilor din agricultură. Rezultatele acestor studii au fost publicate în 1913, iar după 1970 au fost recuperate de psihologii sociali, care au descoperit în cercetările agronomului francez sugestii preţioase cu privire la fenomenele de influenţă din grupuri. Ringelmann a pus un grup de muncitori agricoli să tragă de funie şi a măsurat cu dinamometre forţa dezvoltată ; a măsurat şi forţa dezvoltată de indivizii ce evoluau singuri în aceeaşi sarcină. El a constatat că indivizii trag mai tare de funie când li se cere să facă asta singuri şi că forţa exercitată de o persoană în grup descreşte pe măsură ce grupul creşte ca număr de membri. „Efectul Ringelmann" sau „lenea socială" (*social loafing*), cum l-au numit mai târziu psihologii sociali, se referă aşadar la reducerea efortului individual ca urmare a creşterii numerice a grupului.

Cercetătorii contemporani din domeniul performanţei de grup au reluat această concluzie şi au sugerat că efectul Ringelmann are două explicaţii posibile :

1. Lipsa de coordonare – în condiţia de grup, subiecţii se pot încurca unii pe alţii trăgând de aceeaşi funie. Din cauza celorlalţi, ei nu pot să tragă la fel de tare ca atunci când realizează singuri sarcina.
2. Pierderea motivaţiei – evident, explicaţia aceasta implică mecanisme psihologice. Potrivit ei, subiecţii sunt mai puţin motivaţi să tragă cât de tare pot de funie în situaţia de grup – pur şi simplu nu încearcă să tragă mai tare. Din cauze care rămân a fi elucidate, grupul determină o diminuare a motivaţiei.

Pentru a stabili validitatea acestor explicaţii, câţiva cercetători de la Yale University, în frunte cu M. Ingham, au reluat în 1974 cercetarea lui Ringelmann. Într-una din condiţiile experimentului lor, grupuri de diferite mărimi trăgeau de funie. Într-o altă condiţie, evoluau pseudogrupuri alcătuite dintr-un subiect naiv şi complici ai experimentatorilor. Complicii erau instruiţi să se facă numai că depun efort, fără să tragă realmente de funie. Subiectul se afla primul în şir şi nu ştia că ceilalţi nu făceau decât să se prefacă. Rezultatele au indicat o scădere a performanţei individuale în pseudogrupuri. Întrucât nu se punea problema coordonării, subiectul fiind primul în şir (această idee ingenioasă a permis operaţionalizarea diferită a lipsei de coordonare şi a pierderii motivaţiei şi disocierea celor două explicaţii), scăderea performanţei nu se datorează lipsei de coordonare între indivizi, ci scăderii motivaţiei.

Studiul acesta este cu atât mai merituos cu cât, într-un tratat asupra performanței de grup, se susținuse că performanța individuală mai redusă în grupuri trebuie pusă pe seama imposibilității coordonării perfecte. Ingham a recunoscut că în grupurile reale coordonarea eforturilor pune probleme, dar a afirmat că factorul crucial în multe situații de grup îl constituie diminuarea motivației.

Începând cu acest experiment, tocmai scăderea motivației (executând o sarcină de grup, subiectul nu este interesat să depună tot atât efort ca atunci când o realizează singur) a fost numită „lene socială". Lenea socială ar fi deci o reducere a efortului individual atunci când se lucrează în grup și eforturile fiecăruia se confundă cu eforturile celorlalți, comparativ cu situația când individul lucrează singur. Remarcăm de la început că ea nu apare decât în cazul anumitor sarcini colective (trăsătura principală pare să fie imposibilitatea stabilirii exacte a contribuțiilor individuale).

Bibb Latané și colegii săi au realizat un alt experiment, în care sarcina subiecților consta de data aceasta în a striga cât pot de tare, singuri sau în grupuri de câte doi, patru sau șase. Participanții aveau căști la urechi, așa încât nu auzeau nici zgomotul pe care-l făceau ei înșiși, nici strigătele celorlalți, pe care îi vedeau numai că țipă. Grupurile se compuneau dintr-un subiect naiv și din complici ai experimentatorilor, cărora li se ceruse să se facă numai că strigă. S-a constatat că strigătele fiecărui subiect se reduceau în medie, în comparație cu situația individuală, cu 29% în grupurile de două persoane, cu 49% în grupurile de patru persoane și cu 60% în grupurile de șase.

La fel ca în experimentul precedent, s-a pus în evidență o reducere semnificativă a eforturilor subiecților atunci când evoluau în grup. În plus, acest studiu are meritul de a fi demonstrat relația dintre efortul individual și dimensiunea grupului, precum și acela de a fi impus o paradigmă de cercetare (în experimentele ulterioare se va mai folosi această sarcină). Menționăm că nu există o relație de proporționalitate directă (cum ar putea sugera experimentul lui Latané și al colaboratorilor săi) între lenea socială și numărul indivizilor din grup. De exemplu, intrarea unei a treia persoane într-un grup de doi are consecințe însemnate asupra performanței individuale (contribuie la scăderea ei), dar intrarea unei a 20-a persoane într-un grup de 19 are efecte relativ neînsemnate. În general, se consideră că mărimea grupului afectează performanța atunci când conține de la 2 la 8 membri.

2.1. Identificabilitatea ca obstacol în calea lenei sociale

Ideea identificabilității ca mediator al lenei sociale reprezintă, probabil, cea mai simplă ipoteză care se poate face cu privire la acest fenomen. Este evident că în experimentul lui Ringelmann, de pildă, atunci când evoluează în grup, subiecții au convingerea că eforturile lor nu pot fi măsurate cu exactitate. În orice caz, din acest punct de vedere, ei percep o mare diferență, între situația individuală și cea colectivă. În grup, contribuția lor nu este reperată ca atare, ci, pusă la un loc cu celelalte contribuții, formează produsul final al grupului. Cu greu pot fi aplicate sancțiuni pentru reducerea efortului în grup : nimeni nu-și poate da seama dacă subiectul trage cât poate de funie sau se preface numai că trage din toate puterile. În sarcinile aditive, grupul oferă anonimat, de care subiectul profită pentru a „chiuli" atunci când nu-i place ceea ce face, când este obosit sau când ştie că, depunând maximum de efort, nu va obţine o recompensă mai mare.

O demonstraţie a acestor idei găsim în articolul lui Williams, Harkins şi Latané (1981). Într-un prim experiment, subiecţii au fost făcuţi să creadă că intensitatea strigătelor lor poate fi măsurată chiar şi atunci când strigă în grup. Experimentatorii îi înştiinţau că au ataşat microfoane la căştile individuale. Ca atare, subiecţii din grupuri au depus acelaşi efort ca şi în situaţia individuală. Posibilitatea ca experimentatorul să identifice performanţa fiecărui membru al grupului a descurajat tendinţa spre lene socială. Se cuvine menţionat că instalarea microfoanelor individuale nu a avut nici un efect asupra performanţei în condiţia în care subiecţii evoluau singuri. În cel de-al doilea experiment raportat în articol, autorii şi-au propus să argumenteze într-o altă manieră în favoarea identificabilităţii : au căutat să arate că subiecţii pot să-şi diminueze efortul chiar şi atunci când realizează singuri sarcina, dacă sunt convinşi că performanţa lor nu poate fi măsurată. Consemnul aducea la cunoştinţă participanţilor, în mod explicit, că strigătele lor vor fi analizate de computer pentru a stabili zgomotul total pe care-l fac cei patru membri ai grupului singuri sau toţi odată şi că nu se va putea şti cât zgomot produce fiecare în condiţia individuală. Măsurătorile au indicat că aceşti subiecţi strigau mult mai slab în comparaţie cu subiecţii singuri cărora li se spusese că se urmăreşte stabilirea nivelului performanţei lor.

Posibilitatea de a identifica efortul individual pare să fie un factor-cheie în lenea socială. Oamenii sunt mai puţin motivaţi să aibă un aport maxim la performanţa grupului atunci când „se simt pierduţi în mulţime". Anonimatul îi îndeamnă să-şi cruţe eforturile şi să „lenevească" în timp ce grupul efectuează o sarcină obositoare.

2.2. Echitatea rezultatelor

Subiecţii îşi ajustează eforturile la ceea ce ei percep a fi nivelul eforturilor altora în grup şi încearcă să atingă un nivel de echitate. Această explicaţie se bazează pe presupunerea că subiecţii se aşteaptă ca partenerii lor să lenevească, aşa încât mai curând lenevesc şi ei decât să depună un efort mai mare decât al celorlalţi.

Rezultatele unui experiment al lui Jackson şi Harkins (1985) demonstrează acest efect. Subiecţii manifestă lene socială, strigând mai tare singuri decât în grup, când nu au informaţii despre nivelul de efort pe care intenţionează să-l atingă partenerul. Când sunt informaţi că celălalt intenţionează să depună un efort intens, ei înşişi strigă mai tare. La fel, efortul lor scade în cazul în care deţin informaţii că celălalt va striga mai slab.

Rezultatele acestui experiment probează că ne aflăm într-o situaţie de comparaţie socială : prin comportamentul lui, partenerul oferă informaţii depre nivelul de efort normal în acest context marcat de ambiguitate. Pe de altă parte, aceleaşi rezultate atestă existenţa aşa-numitului „efect al fraierului" (*sucker effect*) : subiectul poate crede că se păcăleşte depunând un efort considerabil, în timp ce celălalt „leneveşte"; ca atare, de teamă să nu „pice de fraier", subiectul îşi reduce efortul până la nivelul la care apreciază că evoluează ceilalţi.

2.3. Apropierea de standard

Cea mai recentă explicaţie asupra lenei sociale face apel la conceptul de standard: lenea socială intervine când standardul de performanţă este necunoscut subiecţilor. Invocarea unui standard de comparaţie poate elimina acest fenomen.

Szymanski şi Harkins (1987) au realizat un experiment ce probează efectele cunoaşterii standardului de către subiecţi. Sarcina acestora era de a găsi cât mai multe utilizări ale unor obiecte. Ei lucrau în grup ori singuri. Jumătate dintre subiecţi au fost informaţi asupra numărului mediu de utilizări generate de studenţii dintr-o cercetare anterioară. Chiar şi atunci când contribuţia lor nu putea fi distinsă de aceea a grupului în ansamblu, subiecţii cărora le fusese adus la cunoştinţă un standard de performanţă nu au „lenevit", furnizând în medie tot atâtea utilizări cât şi subiecţii ale căror răspunsuri individuale puteau fi măsurate.

A furniza indivizilor un standard bazat pe performanţa trecută a altora induce două motivaţii diferite: 1. dorinţa de a afla ce rezultat pot obţine (cât de bine pot realiza sarcina) – în acest caz, comportamentul este declanşat de motivaţia de autocunoaştere; 2. dorinţa de a obţine un rezultat mai bun decât au obţinut alţii în sarcina respectivă – acest motiv se numşte autovalidare. În experimentul citat, subiecţii sunt animaţi de ambele motive.

Dar comparaţiile şi apropierea de standard se pot produce nu numai la nivel individual, ci şi la nivel de grup. Teoria identităţii sociale a lui Tajfel şi Turner arată că grupurile care câştigă în competiţia socială simbolică, deci grupurile mai bune decât alte grupuri într-o anumită privinţă, conferă membrilor lor o identitate socială pozitivă. Indivizii sunt motivaţi să caute informaţii despre performanţa grupului tocmai pentru a stabili dacă grupul lor este superior altor grupuri, superioritate ce le-ar aduce o identitate socială pozitivă. Cercetările experimentale au arătat că lenea socială dispare nu numai atunci când se stabilesc standarde personale, dar şi în cazurile în care se face salient un standard pentru grup. Aşadar formularea explicită a unui standard de performanţă poate elimina lenea socială – este o concluzie importantă pentru proiectarea strategiilor de combatere a fenomenului ce afectează atât de grav performanţa de grup.

*

Paradigma de cercetare a lenei sociale are caracteristici bine definite. Manipulările trebuie să creeze condiţii pentru ca individul să perceapă punerea la un loc a contribuţiilor şi imposibilitatea disocierii contribuţiei sale în perfomanţa colectivă. Sarcina aditivă, în care subiecţii fac acelaşi lucru şi care permite confundarea contribuţiilor personale în performanţa colectivă, reprezintă un aspect crucial al acestei paradigme.

3. Dezindividualizarea

O definiţie recentă a dezindividualizării este următoarea: „Starea caracterizată prin căderea activităţii de autoevaluare şi diminuarea fricii de evaluare, stare psihologică ce produce comportamente antinormative şi dezinhibate". Teoriile moderne asupra dezindividualizării îşi au originea în opera lui Gustave Le Bon *Psihologia mulţimilor*. Potrivit autorului francez, în anumite contexte de grup, individul îşi pierde sentimentul de responsabilitate socială, regresând spre o formă inferioară de evoluţie. Anonimatul, combinat cu sugestibilitatea şi contagiunea rapidă a ideilor şi emoţiilor, duce la comportamente antisociale, violente şi instinctive.

Ideile lui Freud asupra comportamentului colectiv au suferit influenţa lui Le Bon. Freud a acordat un rol important liderului mulţimii, care acţionează într-o manieră hipnotică, exercitând control asupra impulsurilor primare ale membrilor. Prin identificarea cu liderul, membrii unei mulţimi renunţă la supraeurile personale şi împărtăşesc acelaşi eu ideal.

Deşi i-au schimbat sensul, psihologii sociali experimentalişti au preluat termenul de „dezindividualizare" de la Jung. Demersul lui Jung priveşte de fapt individualizarea, înţeleasă ca „proces de diferenţiere ce are drept scop dezvoltarea personalităţii individuale". Prin opoziţie, dezindividualizarea corespunde procesului de pierdere a distinctivităţii şi individualităţii. Ea este în mod esenţial nocivă, disfuncţională atât pentru individ, cât şi pentru societate.

Abordarea experimentală a transformărilor pe care le suportă individul dezindividualizat a eliminat emoţiile puternice, izvorâte din natura sălbatică a omului, precum şi „spiritul colectiv" descrise de Le Bon. Primele experimente au considerat ca definitorie pentru starea de dezindividualizare sentimentul de pierdere a identităţii. În contexte sociale specifice, în care anonimatul devine posibil, individul nu mai doreşte să fie un stimul distinct în câmpul social, să-şi definească eul ca unic. Dimpotrivă, în astfel de contexte, el se caracterizează printr-o conştiinţă de sine scăzută, ceea ce descătuşează comportamentele inhibate de normele sociale.

Cercetările perioadei clasice s-au organizat în jurul ideii de identificabilitate. În esenţă, dezindividualizarea este produsă de imposibilitatea identificării. Definiţia accesibilă în literatura românească se află în consonanţă cu acest mod de gândire: dezindividualizarea este „condiţia psihică a indivizilor care consideră că, datorită unor factori de natură fizică (de exemplu, întunericul) sau socială (de exemplu, starea de mulţime), nu mai pot fi identificaţi" (Chelcea, 1998, p. 91). Ipoteza principală a studiilor pe care le vom descrie succint este că individul dezindividualizat, care nu se mai simte unic, reperabil şi responsabil, desfăşoară comportamente impulsive şi necontrolate.

Mai apare acum o mutaţie esenţială, ce conferă specificitate teoriei psihologice a dezindividualizării în raport cu teoria mulţimilor: Festinger, Pepitone şi Newcomb (1952) afirmă răspicat existenţa comportamentelor dezinhibate nu numai în mulţimi, dar şi „în grupuri de toate mărimile şi de toate tipurile" (p. 382). Evident, această conceptualizare a făcut posibilă studierea dezindividualizării în laborator.

Cei trei autori menționați și-au propus să arate că fenomenul dezindividualizării în grup este însoțit de o reducere a constrângerilor interioare și că, în plus, membrii se simt mai atrași de grupul care le-a favorizat dezindividualizarea. Festinger și colaboratorii săi au manipulat dezindividualizarea prin intermediul sarcinii. Ei au cerut subiecților-studenți să discute în grupuri (alcătuite din 4 până la 7 membri) sentimentele pe care le aveau față de părinți, pe baza rezultatelor unui sondaj care arătau că respingerea și ostilitatea față de părinți sunt cele mai răspândite sentimente în rândul tinerilor. Măsura dependentă o reprezenta capacitatea membrilor grupului de a-și aminti ce a spus fiecare în timpul discuției. Autorii au constatat că în grupurile în care părinții au fost vehement criticați, deci acolo unde au dispărut constrângerile interioare, subiecții nu puteau reproduce discuția colectivă decât cu mare greutate. Incapacitatea subiecților de a-și aminti a fost pusă pe seama dezindividualizării - în această stare, ei și-au focalizat atenția pe grup ca întreg și nu pe indivizi. În același timp, fiecare participant a simțit că nu formează obiectul atenției ceorlalți, ceea ce l-a încurajat să exteriorizeze sentimente pe care în mod obișnuit le ascundea. În această viziune, grupul deține un rol esențial: dezindividualizarea apare deoarece grupul captează întreaga atenție a membrilor.

Singer, Brush și Lublin (1965) au folosit o procedură experimentală simplificată în raport cu studiul anterior. Ei intervin în mod direct asupra dezindividualizării: subiecții sunt invitați să îmbrace halate largi de laborator, asolut identice. Experimentatorii le ofereau o definiție a literaturii pornografice statuată de Curtea Supremă a Statelor Unite și îi anunțau că sarcina lor era aceea de a aprecia, într-o discuție de grup, dacă un anumit pasaj din romanul *Amantul doamnei Chatterley* de D.H. Lawrence este sau nu pornografic. Subiecții non-identificabili au utilizat într-o mai mare măsură expresii obscene în cursul discuției. Singer și colegii săi au atribuit acest rezultat pierderii conștiinței de sine în starea de dezindividualizare. De data aceasta, grupul nu constituie decât un mediu în care evoluează indivizii anonimi. Dezindividualizarea, obținută prin manipularea identificabilității, este inferată din comportamentul indezirabil al subiecților.

Cel care a marcat decisiv cercetările asupra dezindividualizării a fost Philip Zimbardo. În 1969, el a publicat un articol vast, de o rară calitate intelectuală, în care a propus un cadru teoretic relativ precis, menționând variabilele care produc dezindividualizarea, principalele caracteristici ale stării psihologice, precum și comportamentele determinate de dezindividualizare. Printre variabilele de *input* sunt enumerate: anonimatul, scăderea responsabilității, activitatea în grup, mărimea grupului, perspectiva temporală modificată (accent exagerat pe prezent, ignorarea viitorului și trecutului), excitarea fiziologică, *input*-ul senzorial supradimensionat (de pildă, muzică intensă), implicarea fizică în act, stări modificate de conștiință (prin alcool, droguri etc.). Fiecare dintre aceste condiții prealabile pot determina comportamente dezindividualizate: impulsive, emoționale, iraționale, regresive, scăpate de sub controlul stimulilor externi. Pentru psihologul social american, dezindividualizarea este „un proces ipotetic complex în care o serie de condiții sociale duc la schimbări în percepția eului și a altora și la comportamente altminteri reprimate" (Zimbardo, 1969, p. 251).

Ideile lui Zimbardo au dat un nou impuls cercetărilor. El însuşi s-a preocupat în special de condiţiile ce favorizează apariţia stării de dezindividualizare. De pildă, în privinţa mărimii grupului, a raportat un experiment de teren asupra vandalismului, înţeles ca rezultat al dezindividualizării. Ipoteza acestui studiu a fost că oraşele mari constituie medii propice pentru dezindividualizare. Zimbardo a abandonat o maşină veche de zece ani pe o stradă aproape de New York University şi o alta, identică, în orăşelul Palo Alto din California. El a luat plăcile de înmatriculare ale vehiculelor şi le-a ridicat capotele. Zimbardo relatează că primul atac vandalic asupra maşinii din New York a avut loc după zece minute: doi adulţi şi un copil au luat bateria şi radiatorul. După trei zile şi 23 de astfel de contacte, din maşină nu mai rămăsese decât caroseria. Prin contrast, maşina abandonată în Palo Alto a rămas neatinsă. Singurul care s-a apropiat de ea a fost un trecător care i-a coborât capota fiindcă începuse să plouă!

Evident, studiul acesta nu străluceşte prin controlul experimental. Diferenţele constatate între cele două grupuri (oraşe) de mărimi diferite pot fi, la fel de bine, explicate prin alţi factori. În articolul său, Zimbardo a descris un caz interesant de violenţă colectivă, ce reflectă degradarea valorii vieţii înseşi: încurajarea de către mulţime unui individ care voia să se sinucidă. În 1967, 200 de studenţi de la Universitatea din Oklahoma au îndemnat să sară dintr-un turn pe un coleg de-al lor care ameninţa că se va arunca în gol. Leon Mann (1981) a cercetat colecţia *New York Times* pentru perioada 1964-1979 şi a descoperit 21 de cazuri de sinucidere publică; în zece dintre ele s-a petrecut fenomenul semnalat de Zimbardo. Mann distinge câţiva factori care au determinat reacţia agresivă a mulţimilor: întunericul, distanţa fizică (cel care vrea să se arunce de la etajul 40 nu poate auzi strigătele celor de jos), temperatura înaltă. O caracteristică importantă pare să fi fost mărimea grupului: numai mulţimile cu mai mult de 300 de membri l-au ironizat pe sinucigaş şi i-au cerut să-şi ducă gestul până la capăt. Autorul apreciază că astfel de mulţimi asigură anonimatul indivizilor, favorizând dezindividualizarea.

După ce a studiat mulţimile care au ucis fără judecată indivizi acuzaţi că ar fi comis acte antisociale, Brian Mullen (1986) a formulat aceeaşi concluzie. Mullen a analizat 60 de cazuri de linşare, petrecute între 1899 şi 1946. El defineşte dezindividualizarea ca lipsa atenţiei concentrate pe sine şi asumă o relaţie de proporţionalitate inversă între mărimea grupului şi atenţia autofocalizată: cu cât grupul este mai mare, cu atât membrii lui sunt mai puţin concentraţi asupra lor înşile. În cazul execuţiei populare, mărimea grupului a influenţat atrocitatea. Cu cât mulţimea a fost mai numeroasă (Mullen a calculat o medie de 1492 de membri), cu atât a crescut probabilitatea atrocităţilor: victima a fost nu numai asasinată, dar şi arsă, dezmembrată etc.

Variabila de *input* care s-a bucurat de cea mai mare atenţie din partea lui Zimbardo a fost, fără îndoială, anonimatul. Pentru el, relaţia esenţială în dezindividualizare o reprezintă aceea dintre anonimat şi comportamentul antisocial. Festinger *et al.* (1952) au demonstrat că astfel de comportamente corelează cu sentimentul de anonimat, iar Singer *et al.* (1965) au pus în evidenţă înclinaţia subiecţilor anonimi (îmbrăcaţi la fel) de a desfăşura comportamente antisociale. Zimbardo a continuat această linie de cercetare, dar a instituit ca variabilă dependentă comportamentul agresiv. În cel mai important experiment expus în articolul din 1969, el a făcut apel la subiecţi de sex feminin, studente la New York University. La intrarea în laborator, studentelor li se cerea să îmbrace halate albe foarte largi şi să-şi pună o glugă pe cap ; se inducea astfel sentimentul de anonimat. Unui alt grup de subiecţi i se aplica un tratament de „individualizare" – aceştia purtau pe piept insigne cu propriul nume. Înainte de a se lua măsurile dependente, subiecţii ascultau un interviu cu o studentă, care era fie onestă şi sinceră, fie încrezută şi egoistă. Autorul a măsurat şocurile pe care subiecţii le-au aplicat acestei „victime" şi a constatat că subiecţii anonimi au dat dovadă într-o mai mare măsură de agresivitate. Mai mult, dacă subiecţii din condiţia de individualizare au făcut distincţia între studenta simpatică şi cea antipatică (tratând-o ceva mai agresiv pe ultima), subiecţii anonimi aplică şocuri electrice prelungite în ambele cazuri. Experimentatorul a demonstrat, în felul acesta, că stimulii exteriori (trăsăturile victimei) nu controlează comportamentul indivizilor dezindividualizaţi.

Rolul anonimatului în declanşarea comportamentelor antisociale a fost confirmat şi de alţi cercetători. Diener, Fraser, Beaman şi Kelem (1976) au organizat un experiment de teren care s-a desfăşurat de Halloween. Copiii care umblau să facă urări erau aşteptaţi de către experimentatori în 27 de case. Ei veneau fie singuri, fie în grup. Erau primiţi în camera de zi şi invitaţi să ia câte o bomboană dintr-un vas aflat pe masă. Apoi adultul care-i întâmpinase se retrăgea, scuzându-se că are de lucru. Variabila dependentă era numărul de bomboane pe care copiii le luau în plus. Copiii purtau costume şi măşti, iar în condiţia „anonimat", experimentatorul nu făcea nici un efort să-i identifice. Dimpotrivă, în condiţia „non-anonimat", după ce li se lăudau costumele, copiii erau întrebaţi cum se numesc şi unde locuiesc. Datele acestui experiment inedit au confirmat ipoteza lui Zimbardo : anonimatul a favorizat comportamentele antisociale. Copiii neidentificaţi au luat mai multe bomboane în lipsa adultului. De asemenea, comportamentul antisocial a fost influenţat de prezenţa grupului : copiii aflaţi în grup au luat mai multe bomboane decât cei care umblau singuri. Anonimatul are efecte de dezindividualizare pronunţate atunci când se produce în grup – cele mai multe bomboane au fost sustrase de către membrii grupurilor care nu fuseseră chestionaţi asupra identităţii lor.

Potrivit lui Zimbardo, anonimatul şi alte variabile dau naştere dezindividualizării, ce produce la rândul ei o dezinhibare a comportamentelor inhibate anterior. Totuşi, nu în orice situaţie anonimatul determină agresivitatea şi comportamentul antisocial. Cu timpul, cercetătorii au început să-şi dea seama că lipsa unei concepţii coerente cu privire la dezindividualizare ca stare psihologică mediatoare îi împiedica să facă predicţii acurate cu privire la comportamentul de *output*. Zimbardo însuşi raportează în textul din 1969 un experiment aproximativ identic celui cu studentele dezindividualizate, dar la care participaseră soldaţi belgieni. Dezindividualizarea s-a indus la fel, prin halate largi şi măşti. De data aceasta însă, subiecţii dezindividualizaţi s-au arătat mai puţin agresivi decât cei individualizaţi. Încercând să dea un sens datelor, autorul a explicat că tratamentul de dezindividualizare a fost de fapt unul de individualizare. Subiecţii erau deja dezindividualizaţi în uniformele lor militare, iar participarea la experiment i-a făcut să se simtă identificabili.

Diener (1976) a obținut, de asemenea, rezultate ce infirmă ipoteza că anonimatul stimulează agresivitatea în orice împrejurări. Acest cercetător a imaginat o paradigmă mai realistă pentru studierea agresivității. Subiectului i se spunea că experimentul are în vedere activitatea fizică și rapiditatea cu care pot fi îndeplinite anumite sarcini. Și era introdus într-o cameră slab luminată, în care se afla un complice al experimentatorului, așezat pe podea. Subiectului i se dădeau bastoane dintr-un material foarte puțin dur pentru a-l lovi pe complice și ghemotoace din hârtie de ziar pentru a le arunca în acesta. Într-una din condiții, subiecților li se asigura anonimatul atât în raport cu cel pe care-l loveau, cât și cu experimentatorul. Rezultatele nu au evidențiat diferențe în ceea ce privește agresivitatea subiecților anonimi și a celor individualizați.

Zimbardo a susținut nu numai că dezindividualizarea stimulează comportamentele îndeobște inhibate, dar că acest lucru se produce indiferent de stimulii din mediu. Johnson și Downing (1979) au atacat această idee într-un experiment foarte convingător. Ei au bănuit că dezinhibarea pusă în evidență în studiile anterioare s-ar putea datora unei variabile parazite și nu neapărat tratamentelor experimentale. De pildă, halatele și glugile folosite de Zimbardo, à la Ku Klux Klan, ca și costumele copiilor de Halloween, sugerează comportamente agresive și antinormative. Ca atare, cei doi autori au introdus în situația experimentală, altminteri asemănătoare cu cea imaginată de Zimbardo, indici care făceau aluzie la comportamente prosociale: subiecții lor au îmbrăcat uniforme de soră medicală. În aceste condiții, subiecții dezindividualizați au manifestat o agresivitate mai redusă decât cei individualizați. Johnson și Downing au probat astfel că indicii de situație influențează comportamentul subiecților și că anonimatul are un impact mai slab decât se credea.

Ca și predecesorii săi, Zimbardo a considerat non-identificabilitatea ca fiind condiția cea mai însemnată a dezindividualizării. Cercetările ulterioare au nuanțat această idee. De asemenea, ele au îmbogățit tabloul dezindividualizării ca stare subiectivă, pe care Zimbardo l-a neglijat. Dacă Festinger, Pepitone și Newcomb (1952) au măsurat un aspect al dezindividualizării (capacitatea subiecților de a-și aminti afirmațiile proprii și ale celorlalți membri ai grupului), Zimbardo nu a inițiat demersuri empirice în această direcție. El s-a mulțumit să vorbească despre schimbări subiective inferate - scăderea autoobservării, autoevaluării și a grijii pentru evaluarea celorlalți.

*

Facilitarea socială și lenea socială trebuie privite ca procese aflate într-o strânsă legătură. Excitarea fiziologică provocată de prezența celorlalți poate stimula ori inhiba performanța. În cele de mai sus, am încercat să distingem condițiile care duc la fenomenul de facilitare socială de cele care favorizează instaurarea lenei sociale. Cât despre conceptul de „dezindividualizare”, el ne ajută să explicăm comportamentul indivizilor atunci când se află în grupuri și cred că nu pot fi identificați și trași la răspundere pentru acțiunile lor.

Bibliografie

Chelcea, S. (1998). *Dicţionar de psihosociologie*. Bucureşti : INI.

Cottrell, N.B. (1972). Social facilitation. În C.G. McClintock (ed.). *Experimental Social Psychology*. New York : Holt.

Diener, E. (1976). Effects of prior destructive behavior, anonimity and group presence on deindividuation and aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 33 (5), 497-507.

Diener, E. ; Fraser, S.C. ; Beaman, A.L. ; Kelem, R.T. (1976). Effects of deindividuation variables on stealing among Halloween trick-on-treaters. *Journal of Personality and Social Psychology*, 33 (2), 178-183.

Festinger, L. ; Pepitone, A. ; Newcomb, T. (1952). Some consequences of deindividuation in a group. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 47, 382-389.

Ingham, A.G. ; Levinger, G. ; Graves, J. ; Pecham, V. (1974). The Ringelmann effect: Studies of group size and group performance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 10, 371-384.

Jackson, J.M. ; Harkins, S.G. (1985). Equity in effort : An explanation of the social loafing effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49 (5), 1199-1206.

Johnson, R.D. ; Downing, L.L. (1979). Deindividuation and valence of cues : Effects on prosocial and antisocial behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37 (9), 1532-1538.

Mann, L. (1981). The baiting crowd in episodes of threatened suicide. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41 (4), 703-709.

Mullen, B. (1986). Atrocity as a function of lynch mob composition : A self-attention perspective. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 12 (2), 187-197.

Singer, J.E. ; Brush, C.A. ; Lublin, S.C. (1965). Some aspects of deindividuation : Identification and conformity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1, 356-178.

Szymanski, K. ; Harkins, S.G. (1987). Social loafing and self-evaluation with a social standard. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53 (5), 891-897.

Williams, K. ; Harkins, S. ; Latané, B. (1981). Identifiability as a deterrent to social loafing : Two cheering experiments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40 (2), 303-311.

Zajonc, R.B. ; Heingartner, A. ; Herman, E.M. (1969). Social enhancement and impairment of performance in the cockroach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 13, 83-92.

Zimbardo, P.G. (1969). The human choice : Individuation, reason and order versus deindividuation, impulse and chaos. În W.J. Arnold şi D. Levine (eds.). *Nebraska Symposium on Motivation*. Lincoln : University of Nebraska Press.

Influenţa socială

Ştefan Boncu

PREFAŢĂ

Influenţa socială este studiul efectelor pe care indivizii le au unii asupra altora în ceea ce priveşte atitudinile şi comportamentele. Moscovici (1980) aşază la baza oricărei influenţe conflictul. Pentru el, procesele de influenţă sunt direct legate de producerea şi resorbţia conflictelor. Moscovici insistă asupra ideii că orice context de influenţă este un context de interacţiune. El contestă concepţia după care influenţa ar fi în mod esenţial o chestiune de reducere a incertitudinii, căci într-o astfel de viziune socialul este evacuat în bună măsură – sursei de influenţă i se atribuie un rol pasiv, de mediator al percepţiei ţintei asupra mediului. Dimpotrivă, pentru psihologul social francez, raporturile dintre cele două entităţi sociale implicate în situaţia de influenţă, sursa şi ţinta, sunt mai importante decât raporturile fiecăreia dintre acestea cu obiectul, iar dinamicile interindividuale au o însemnătate mai mare decât cele intraindividuale. În cele ce urmează vom aborda patru tipuri distincte de influenţă socială: normalizarea, conformismul, influenţa minoritară şi obedienţa.

1. Normalizarea

Ceea ce ne frapează la un grup social, adică la un ansamblu de persoane aflate în interacţiune faţă în faţă, este similaritatea atitudinilor şi conduitelor, care face ca, în multe situaţii, grupul să acţioneze ca un singur individ. În mod firesc, cercetările de pionierat în domeniul fenomenelor de grup şi în cel al influenţei sociale şi-au propus să abordeze acest fenomen al uniformităţii. S-a înţeles repede că nici imitaţia (influenţa exercitată de modele superioare), nici facilitarea socială nu pot oferi explicaţii mulţumitoare. Sursele posibile ale acestei uniformităţi de comportament erau trei la număr: (a) similaritatea afinităţilor pe care membrii le avuseseră înainte de a se constitui grupul – dar aceasta presupunea o viziune individualistă asupra grupului şi un imobilism al acestuia; (b) influenţele similare ce acţionează din exterior asupra fiecăruia dintre membrii grupului – o explicaţie ce probează aceleaşi deficienţe; (c) influenţa reciprocă a membrilor grupului. Ultima ipoteză părea cea mai validă şi avea să conducă la constituirea unui domeniu al psihologiei sociale şi mai apoi a unei ştiinţe de sine stătătoare: *dinamica grupului*. Conceptul crucial, exprimând puterea fiecăruia dintre membri asupra celuilalt şi a grupului asupra tuturor fusese inventat de mult: *norma de grup*. Dar până atunci nici o cercetare nu-i oferise un fundament experimental. Cel care s-a încumetat să o facă, demonstrând magistral forţa şi subtilitatea metodei experimentale, a fost Muzafer Sherif, a cărui convingere era că normele sociale apar ca să ghideze comportamentul în situaţii ambigue. În 1935, Sherif a modelat procesul de constituire a normelor în laborator.

Fenomenul fundamental în situaţiile de normalizare constă în inexistenţa unei norme stabilite dinainte, pe care grupul ar impune-o indivizilor fără ca el însuşi să fie sensibil la poziţia acestora. Lipsa consensului majorităţii cu privire la răspunsul corect face ca membrii, nesiguri pe răspunsurile lor, să exercite influenţă unul asupra altuia şi să sfârşească prin a adopta o normă comună, ce întruneşte adeziunea tuturor şi exprimă poziţia grupului faţă de stimulul respectiv.

Pentru a reproduce în laborator situaţiile din viaţa cotidiană în care realitatea fizică este ambiguă, neconstrângătoare, Sherif a ales efectul autocinetic. Acest fenomen, cunoscut până atunci astronomilor şi fizicienilor, constă în faptul că în întuneric deplin, un punct luminos fix apare ochiului uman ca aflându-se în mişcare. Distanţa pe care se deplasează punctul diferă de la un individ la altul, dar rămâne relativ constantă la acelaşi individ.

Cercetătorul a organizat şedinţe individuale şi şedinţe de grup. În cadrul celor dintâi el cerea subiecţilor să dea estimări succesive ale deplasărilor punctului luminos. În şedinţele de grup subiectul are de îndeplinit aceeaşi sarcină, numai că de data aceasta se află în compania altor doi subiecţi, care-şi spun şi ei părerea cu voce tare. În urma analizei rezultatelor din experimentele individuale, Sherif a ajuns la concluzia că, în decursul mai multor estimări, fiecare individ îşi formează o manieră de a percepe mişcarea punctului luminos, o normă individuală ce guvernează, de îndată ce s-a format, percepţia individului asupra deplasărilor. Este evident că norma aceasta îl ajută pe subiect să introducă o structură şi un înţeles în situaţia ambiguă şi, în plus, îl face să fie constant, în acord cu el însuşi. Cât priveşte situaţia în care indivizi cu norme deja construite formează un grup de evaluatori (deci de subiecţi care estimează amplitudinea şi direcţia deplasărilor punctului), se constată că oricât de diferite ar fi percepţiile lor la început, ei ajung să stabilească o normă întrunind adeziunea tuturor, superioară normelor individuale, întrucât instaurează consensul. Confirmând o ipoteză foarte îndrăzneaţă, Sherif a arătat că în şedinţele individuale ce urmează şedinţelor de grup, subiecţii utilizează norma colectivă – indiciu convingător al acceptării ei private, întrucât apelul la normă se petrece în lipsa presiunii grupului. Pentru psihologul american există o analogie perfectă între situaţia din laborator în care subiecţii ajung la consens în privinţa deplasării punctului luminos şi situaţiile reale în care grupurile negociază norme.

Una dintre consecinţele însemnate ale procesului de normalizare o constituie faptul că, având posibilitatea să participe activ la elaborarea normei comune, membrii grupului vor susţine ulterior cu tărie norma şi se vor arăta rezistenţi în faţa schimbării. O a doua consecinţă se referă la întărirea coeziunii grupului. Participând la o negociere în care ceilalţi au făcut tot atâtea concesii ca şi el, şi constatând similaritatea dintre propria opinie şi cea a grupului, subiectul va fi într-o măsură mai mare atras de grup.

În privinţa mecanismelor ce subîntind acest proces, Sherif însuşi n-a oferit prea multe explicaţii. În opinia lui, factorul fundamental îl constituie lipsa criteriului obiectiv pentru determinarea exactităţii judecăţilor. Mecanismul psihologic ce intervine în situaţiile individuale, precum şi în situaţiile de grup este câştigarea certitudinii prin fixarea unor repere.

O explicaţie mai ambiţioasă găsim la Floyd Allport (1924), care în cercetările sale constatase o moderare a judecăţilor. În prezenţa altora, subiecţii săi apreciau mirosuri respingătoare ca fiind mai puţin respingătoare şi mirosuri deosebit de plăcute ca fiind mai puţin plăcute. Implicând conceptul de concesii reciproce, Allport arăta că indivizii converg spre o valoare centrală ca să evite dezacordul cu ceilalţi: o judecată moderată are mai multe şanse de a întruni adeziunea celorlalţi. Deşi efectul de convergenţă descris de Sherif nu presupune neapărat adoptarea valorii centrale ca normă, explicaţia lui Allport merită reţinută. Ea a inspirat o alta, a lui Moscovici şi Ricateau, care susţin că principala trăsătură a procesului de normalizare este evitarea conflictului. În emiterea judecăţilor cu privire la traiectoria punctului luminos, subiecţii ar fi puţin implicaţi şi, de aceea, gata să facă o serie de concesii care le-ar putea aduce consensul cu ceilalţi.

2. Conformismul

Procesul prin care grupul exercită presiuni asupra membrilor pentru a respecta normele de grup constituie procesul de conformism. Conformismul corespunde unei situaţii în care interacţiunea unui individ cu un grup dă naştere unor presiuni ce se exercită asupra individului spre a judeca sau acţiona în concordanţă cu grupul. Acest proces constituie adesea produsul dorinţei de a fi în mod manifest de acord cu grupul, căci a nu fi „în rând” cu grupul poate implica pierderea statusului sau identificarea ca anormal. Faptul de a fi diferit de ceilalţi din grup are serioase consecinţe pentru recepţionarea recompenselor sau pedepselor. De aceea, există motive pentru care oamenii se supun presiunilor exercitate de grup chiar şi atunci când lumea fizică prezintă alternative clare şi lipsite de ambiguitate.

Experimentul lui Asch asupra conformismului este, probabil, cel mai cunoscut din psihologia socială. Asch s-a dovedit extrem de sensibil la sugestiile lui Sherif. El a lucrat tot cu judecăţi perceptive şi a folosit subiecţi complici, cum făcuse şi predecesorul său. Stimulul se prezintă sub forma a trei linii verticale, din care una este egală ca lungime cu o linie-etalon. Subiectul este introdus într-un grup de complici şi i se cere ca, atunci când îi vine rândul, să aprecieze care dintre cele trei linii corespunde ca mărime segmentului-etalon. În total au loc 18 încercări, iar complicii furnizează aprecieri eronate începând cu cea de-a şasea. Deşi sarcina este cât se poate de simplă şi de clară (în grupul de control se observă 0,68% de răspunsuri greşite), grupul izbuteşte să deformeze judecăţile indivizilor – 32% dintre răspunsuri se dovedesc eronate. În medie, cei din grupul de control (în care indivizii emiteau judecăţi fără a fi supuşi influenţei grupului) au comis 0,08 greşeli, faţă de 3,84 greşeli ale celor din grupul experimental (Asch, 1951).

Una din primele preocupări ale lui Asch (1951) a fost aceea de a verifica efectul mărimii grupului asupra cuantumului influenței. Astfel, el a variat dimensiunea grupului, făcând ca subiectul naiv să se confrunte cu 1, 2, 3, 4, 8 sau 15 complici. Rezultatele lui, ca și rezultatele celor mai multe dintre studiile ulterioare, arată că răspunsurile eronate ale subiecților se înmulțesc de la 1 la 4 membri ai grupului ce exercită influență, pentru ca apoi să rămână constante. În paradigma Asch, o majoritate de 4 exercită aproximativ aceeași influență ca și una de 15.

Unanimitatea grupului reprezintă o condiție esențială a succesului demersului. Asch însuși a determinat o scădere absolut semnificativă a cuantumului influenței (de la 33 la 5,5%) prin introducerea unui complice instruit să dea de fiecare dată răspunsul corect. „Suportul social", cum s-a numit complicele care „sparge" consensul majoritar, se dovedește eficient chiar și atunci când răspunsurile sale, deși diferite, sunt la fel de eronate ca și cele ale grupului. Asch a pus efectul pe seama dispariției fricii de costurile sociale ale devianței.

Moscovici (1979) a construit o explicație alternativă pentru reducerea impactului în situații de suport social. Potrivit autorului francez, adept al concepției potrivit căreia la baza oricărei dinamici de influență se află un conflict, un grup ai căror membri nu susțin unanim aceeași opinie reprezintă o sursă de influență lipsită de consistență. Ca atare, un astfel de grup este incapabil să determine un conflict în forul interior al țintei.

2.1. Bazele influenței majoritare

În cadrul paradigmei clasice, efectele conformismului au fost explicate prin influența informațională și influența normativă. În ceea ce privește primul tip de influență, Sherif (1935) a arătat cum într-o situație ambiguă, bizuindu-se unii pe alții ca surse de informație validă cu privire la structura stimulului, indivizii construiesc o normă socială. Temelia acestei reguli de comportament adecvată în situația respectivă o constituie tocmai informațiile pe care indivizii și le oferă unii altora.

În mod tradițional, influența informațională a fost pusă în legătură cu nevoia indivizilor de a avea opinii „corecte" din punct de vedere social. Teoria comparării sociale a lui Festinger (1954) reprezintă prima și cea mai cunoscută tentativă de a explica maniera în care indivizii adună garanții de corectitudine pentru opiniile lor. De fapt, o definiție evidentă a ceea ce este „corect" într-o anumită situație o găsim în comportamentul celorlalți. Totuși, ceilalți nu fac eforturi să ne indice în mod explicit ceea ce cred ei că este corect și, de multe ori, nici nu sunt conștienți că ne raportăm la ei ca surse ale adevărului.

Festinger a distins două tipuri de realitate în legătură cu care ceilalți ne pot oferi informații. Realitatea fizică se distinge prin aceea că nu există decât răspunsuri adevărate sau false în privința ei – răspunsuri cu „da" sau „nu". Realitatea fizică este clară, lipsită de ambiguitate, percepțiile asupra ei sunt verificate și de aceea e puțin probabil ca individul să facă apel la ceilalţi pentru a putea emite o judecată validă asupra ei. Totuşi, bună parte din mediul nostru nu este nici pe departe atât de bine definit. În privinţa realităţii sociale, după Festinger, indivizii caută sprijin informaţional la ceilalţi. Comparându-şi opiniile cu ale altora semnificativi pentru ei, pot să stabilească veridicitatea (socială) şi corectitudinea acestora.

Potrivit lui Festinger, îndată ce apelăm la alţii pentru a obţine informaţie validă cu privire la realitatea socială, ei dobândesc puterea de a decide – într-o măsură mai mare sau mai mică – asupra acţiunilor noastre. Influenţa informaţională se naşte din incertitudinea subiecţilor cu privire la răspunsul corect şi din nevoia lor de a avea opinii exacte, în concordanţă cu adevărul obiectiv. O sursă capabilă să exercite influenţă informaţională este o sursă expertă sau care deţine informaţii ce-i lipsesc ţintei. Puterea ei rezidă în argumentele pe care le invocă şi în dovezile pe care le poate prezenta în mod explicit sau implicit – căci adesea folosirea celuilalt ca sursă de informaţii se produce, aşa cum am constatat, prin simpla observare a comportamentelor lui.

Într-un articol rămas clasic, din 1955, M. Deutsch şi H. Gerard, bazându-se pe concluziile lui Asch, au arătat că dependenţa individului de grup nu este numai informaţională, dar şi normativă. Distincţia se fundamentează pe observaţia că membrii unui grup îşi transmit argumente şi dovezi referitoare la natura stimulului, dar şi expectanţe cu privire la comportamentul adecvat în grup. Influenţa normativă se bazează pe puterea grupului (capacitatea de a respinge şi pedepsi), în vreme ce influenţa informaţională are la bază încrederea în opinia de grup. Influenţa normativă se referă la influenţa cauzată de recompensele şi pedepsele controlate de grup, în timp ce influenţa informaţională se află în legătură cu tendinţa indivizilor de a se încrede în definiţiile realităţii sociale furnizate de grup, mai ales în cele bazate pe consens.

Acceptarea influenţei altor membri ai grupului de teama pierderii statusului în grup pare mai aproape de definiţia conformismului decât faptul de a se încrede în alţii în situaţii ambigue. Totuşi, distincţia dintre nevoia de status şi nevoia de informaţie este una deosebit de însemnată. Influenţa socială depinde fie de dorinţa individului de a-şi menţine şi ameliora statusul, fie de utilitatea şi relevanţa informaţiei despre el însuşi şi despre lumea socială şi fizică, pe care alţii o pot furniza. În situaţiile de influenţă normativă, persoana se raportează la ceilalţi ca potenţiale surse de recompense sau pedepse. În cele de influenţă informaţională, ea acceptă opinia altora pentru că îi consideră surse stabile de informaţie ce o ajută să evalueze evenimentele din mediu.

Influenţa normativă se bazează pe resimţirea de către subiect a presiunii spre conformism exercitată de grup prin intermediul aşteptărilor pozitive ale celorlalţi membri. În general, grupul pedepseşte nonconformismul prin excludere, care poate fi definitivă sau temporară, totală sau parţială. Schachter (1951) a evidenţiat într-un studiu experimental tendinţa grupului de a ostraciza devianţii. El a creat grupuri de discuţie compuse din studenţi în care a introdus complici instruiţi să se comporte într-un anume fel. A cerut grprilor să dezbată cazul unui tânăr delincvent, Johny Rocco. În unele grupuri complicii aderau în totalitate la opinia grupului (norma grupului), în altele ei manifestau diferite grade de devianţă. Schachter a manipulat coeziunea grupurilor şi importanţa problemei pentru grup. Comunicarea cu deviantul a funcţionat ca variabilă dependentă, ceea ce i-a permis experimentatorului să formuleze concluzii interesante cu privire la variaţiile presiunii explicite spre omogenitate. Rezultatele au confirmat teoria lui Festinger : cu cât chestiunea aflată în discuţie este mai importantă şi coeziunea grupului este mai mare, cu atât presiunea spre uniformitate este mai mare ; iar cu cât presiunea este mai mare, cu atât creşte tendinţa de a adresa mesaje deviantului. La apariţia poziţiei neconcordante cu norma comună, membrii „ortodocşi" ai grupului fac o serie de încercări de a reintegra punctul de vedere deviant. Dacă deviantul manifestă consistenţă, ceilalţi renunţă să-l mai recupereze şi-l consideră ca nemaifăcând parte din grup. Tendinţa de a comunica şi tendinţa de a-l exclude pe deviant există concomitent. Dacă eşuează recuperarea, membrii ortodocşi ajung să „schimbe compoziţia psihologică a grupului".

În grupurile coezive indivizii manifestă într-o mai mare măsură dorinţa de a păstra calitatea de membru şi evită să se identifice cu devianţii. Astfel, influenţa normativă derivă din dorinţa individului de a fi acceptat de grup şi din nevoia lui de aprobare socială.

2.2. Conformism public (sau complezenţă) şi acceptare privată

În experimentele lui Sherif am remarcat faptul că, în şedinţele individuale ulterioare elaborării normei de grup, indivizii se folosesc de aceasta pentru a aprecia mişcarea iluzorie a punctului luminos. Lucrul acesta probează o influenţă profundă şi durabilă. Pe de altă parte, subiecţii din experimentul lui Asch – puşi, după ce se conformaseră normei stabilite de grupul de complici, să emită acelaşi gen de judecăţi perceptive - sunt departe de a perpetua norma. Într-un caz avem de-a face cu o schimbare de atitudine în plan privat (latent), în celălalt, cu una în plan manifest. Această distincţie are o însemnătate uriaşă, căci nivelul şi durata influenţei reprezintă de fapt indicii fundamentali ai acesteia. În plus, din punctul de vedere al aplicaţiilor, un răspuns preluat de către subiect în mod profund şi durabil, integrat în sistemul său de valori şi reiterat de el însuşi în fiecare situaţie adecvată, în lipsa constrângerii sursei de influenţă, reprezintă un succes mai mare decât unul însuşit formal, fără convingere şi lepădat îndată ce presiunea sursei slăbeşte.

Meritul de a fi pus primul problema aspectelor manifest şi latent îi revine lui Festinger (1953). După el, atracţia pe care o resimte individul faţă de grup hotărăşte cuantumul influenţei la nivel privat. Cu cât individul este mai atras de grupul de apartenenţă, cu atât schimbarea privată a atitudinii va fi mai semnificativă. Acest efect este mediat de dorinţa persoanei de a menţine o relaţie pozitivă cu ceilalţi membri ai grupului. Deşi nu s-a angajat în disputa privind nivelurile de influenţă, Asch susţinea o idee cu totul diferită de cea a lui Festinger : nu numai că atracţia faţă de grup nu produce o schimbare de atitudine acceptată în mod privat, dar în general grupul nu poate obţine decât o influenţă manifestă – o complezenţă. Era tot ce-i îngăduiau experimentele sale să afirme.

În 1958, Herbert Kelman se hotărăşte să conteste cu probe empirice concepţia lui Festinger. El nu se îndoia că grupul poate produce o influenţă profundă, dar contesta ideea că vehiculul acestei influenţe ar fi atracţia. În studiul său distinge trei procese de influenţă socială: *complezenţa*, *identificarea* şi *interiorizarea*. Cele trei procese corespund unor niveluri diferite de influenţă. 1. Evident, *complezenţa* este echivalentă cu o influenţă manifestă şi apare din pricina dorinţei persoanei de a obţine reacţii favorabile din partea altora. Ea se produce în cazul în care preluarea răspunsului se bazează pe mijloacele de control pe care sursa le are asupra ţintei, deci pe recompensele şi pedepsele pe care sursa este capabilă să le aplice. 2. *Identificarea* reprezintă un gen de influenţă prezentă în contextele în care agentul de influenţă este atractiv, simpatic sau există o relaţie satisfăcătoare între el şi ţintă. Identificarea este singura din cele trei forme care are la bază atracţia şi de aceea, potrivit teoriei lui Festinger, ar fi trebuit să implice o acceptare privată. Totuşi, Kelman refuză această ipoteză şi afirmă că, întrucât identificarea presupune continuitatea unei relaţii satisfăcătoare, ea nu poate duce decât tot la complezenţă. 3. Numai *interiorizarea* determină acceptare privată pe lângă complezenţă. Ea corespunde unei situaţii în care individul acceptă influenţa, întrucât „comportamentul indus este congruent cu sistemul său de valori" (Kelman, 1961, p. 65). Interiorizarea se fundează pe credibilitatea sursei şi pe convergenţa dintre răspunsul ei şi sistemul de valori al persoanei-ţintă. Procesul de interiorizare are la bază concentrarea atenţiei subiectului asupra conţinutului actului comunicativ.

Interiorizarea este un proces pur cognitiv. Kelman respinge explicaţia bazată pe atracţie, punând în loc una ce are drept concept principal cogniţia. Ideea mare a lui Kelman este că un act de comunicare nu produce o schimbare reală a atitudinii decât dacă provoacă o elaborare cognitivă. Argumentele lui sunt completate de concepţia, mai mult implicită, prezentă în multe studii, că influenţa informaţională este una durabilă şi profundă, cel puţin în raport cu influenţa normativă.

Este uşor de remarcat că interiorizarea prezintă multe similarităţi cu influenţa informaţională postulată de Deutsch şi Gerard, iar complezenţa poate fi apropiată de influenţa normativă. Într-adevăr, teoriile influenţei sociale au avut tendinţa de a înfăţişa acceptarea privată a judecăţilor sursei ca o consecinţă a influenţei informaţionale (efectul de convergenţă are la bază acest tip de influenţă), iar conformismul public, ca un rezultat al presiunii normative exercitate de o sursă dispunând de putere.

În măsura în care influenţa are rădăcini normative, presiunea grupului se soldează cu acordul declarat public al ţintei, dar neînsoţit de o acceptare privată. Acest tip de impact se obţine ori de câte ori sursa are mai multă putere decât ţinta. În situaţiile în care mecanismul subiacent preluării răspunsului sursei are o natură informaţională, conformismul public (sau complezenţa) este însoţit de acceptare privată – subiectul crede realmente în validitatea judecăţilor sursei şi le adoptă ca şi cum ar fi propriile judecăţi. Distincţia dintre conformismul public şi acceptarea privată este fundamentală în conformism. Ea joacă un rol însemnat şi în influenţa minoritară, căci de cele mai multe ori minoritatea nu poate induce decât o schimbare situată dincolo de planul manifest.

3. Influența minoritară

Până la sfârșitul deceniului al șaptelea, influența socială a fost în bună măsură confundată cu influența exercitată de majoritate. În cadrul a ceea ce Moscovici (1979) a numit *paradigma funcționalistă* s-au studiat mecanismele de reglare socială ce asigură perpetuarea normelor, felul în care indivizii aderă la normele majorității. Acest tip de abordare – ce are drept axiomă ideea superiorității sursei în raport cu ținta – fundează influența pe dependență normativă sau informațională. Grupul exercită o puternică presiune spre uniformitate, eliminând orice divergență de opinie prin sancțiuni severe (Schachter, 1951). El are mereu câștig de cauză în fața individului, ce trebuie să renunțe la adoptarea oricărei poziții deviante și să se conformeze normei. Schimbarea socială este opera grupului. Ea se produce lent, fără a pune în pericol coeziunea acestuia.

Moscovici a opus acestui model al influenței un model *genetic* sau *interacționist* clădit pe ideea că mecanismul general al influenței îl reprezintă conflictul social. Din acest punct de vedere, indivizii nu numai că își adaptează comportamentele la normele de grup, dar pot propune ei înșiși norme. Argumentând că individul sau grupul restrâns de indivizi devianți în raport cu norma dominantă se află la originea inovației, această nouă paradigmă vizează să cerceteze condițiile în care o minoritate lipsită de putere ori de status poate obține influență.

În primele experimente inspirate de aceste idei, Moscovici a dezvoltat teoria consistenței. Asch (1951) arătase că un complice care dă răspunsuri eronate în fața unei majorități de subiecți naivi este luat în derâdere, iar impactul său este nul. Potrivit propoziției de bază a modelului genetic, conflictul dintre minoritate și majoritate, întreținut de prima, provoacă transformarea atitudinilor majorității și deci schimbarea socială. Minoritatea realizează „gestionarea” eficientă a conflictului prin intermediul stilului ei de comportament, a cărui trăsătură principală o reprezintă consistența. Într-unul din experimentele de debut (Moscovici, Lage și Naffrechoux, 1969), în care se solicita subiecților să aprecieze culoarea unui diapozitiv albastru, o majoritate de 4 subiecți naivi se confruntă cu răspunsurile eronate a 2 complici. Minoritatea dă dovadă de o neclintită consistență, reiterând mereu răspunsul „verde”. În aceste condiții, 8,42% dintre răspunsurile majorității se modifică (în condiția de control se obțin numai 0,25% răspunsuri „verde”). Impactul minorității neconsistente, ce alternase judecățile false cu cele adevărate, se dovedește mult mai redus: 1,25%.

Așadar demersul unei minorități consistente diacronic și sincronic (cei doi complici manifestaseră un acord total în judecățile lor) nu rămâne fără rezultat. Gabriel Mugny a observat că stilul de comportament consistent este o chestiune mai delicată decât simpla repetare a răspunsului deviant, neținând seama de feedbackul receptorului. El a demonstrat că stilul de negociere – flexibil sau rigid – poate decide cuantumul de influență în condiții echivalente de consistență.

Dacă primele experimente au avut în vedere numai complezența indusă de minoritate, curând s-a înțeles că propriu influenței minoritare este de a nu se manifesta direct. Ideea că mecanismele acestui tip de influenţă sunt diferite de cele de conformismului a apărut devreme, dar n-a primit confirmare decât începând din 1976. În acest an, Moscovici şi Lage au publicat rezultatele unei cercetări ce îngăduia concluzia că minoritatea obţine o influenţă latentă, în vreme ce influenţa majorităţii este manifestă şi directă. Într-o paradigmă albastru-verde, subiecţii expuşi mesajului minoritar dau mai multe răspunsuri de „verde” într-un test ulterior de discriminare a culorilor decât cei aflaţi sub influenţa majorităţii. Moscovici (1980) a numit influenţa indirectă a minorităţii *conversiune* şi a pus-o pe seama conflictului socio-cognitiv provocat de intervenţia sursei minoritare. Împreună cu B. Personnaz, Moscovici a realizat un experiment deosebit de ingenios pentru a testa această ipoteză (Moscovici şi Personnaz, 1980). În acest studiu, modificarea codului perceptiv al subiecţilor corespunde influenţei latente. Autorii au folosit efectul imaginii consecutive: dacă, de pildă, privim timp de 30 de secunde un disc de culoare verde şi ne mutăm apoi brusc privirea pe o suprafaţă albă (o coală de hârtie), vom vedea, pentru un interval foarte scurt, culoarea roşie, care este culoarea complementară a verdelui. S-a demonstrat (deşi nu toţi cercetătorii au obţinut rezultate identice) că sursa minoritară, prin răspunsurile ei „verzi” în faţa diapozitivului albastru, face ca subiecţii să vadă imaginea consecutivă a albastrului ca fiind roşul (în mod normal, culoarea complementară pentru albastru este galben).

Detectarea acestei influenţe „ascunse” a minorităţii a devenit una dintre preocupările de bază ale cercetătorilor din acest domeniu. Pentru a o pune în evidenţă, ei au studiat impactul minoritar asupra conţinuturilor care n-au fost explicit abordate de minoritate (influenţă indirectă) sau au măsurat influenţa după un anumit timp (influenţă întârziată).

De ce nu obţine minoritatea influenţă manifestă? Explicaţia se axează pe procesul de comparare socială cu sursa, ce are loc în orice situaţie de influenţă. Gabriel Mugny, unul dintre cei mai cunoscuţi cercetători ai minorităţilor active, a fost printre primii în aplicarea ideilor din studiile asupra categorizării sociale şi comportamentului intergrupuri la influenţa socială. Compararea socială focalizează atenţia subiectului asupra caracteristicilor sociale ale sursei şi, în cazul sursei majoritare, conduce la „paralizie socio-cognitivă” şi la conformism public. Dimpotrivă, sursa minoritară provoacă un conflict de identificare; influenţa socială manifestă este compromisă ca urmare a caracteristicilor sale conotate negativ, pe care subiectul refuză să şi le atribuie.

Spre deosebire de conformismul public, influenţa latentă se bazează pe o activitate socio-cognitivă complexă, *validarea*, în cadrul căreia atenţia subiectului se centrează pe obiectul judecăţii minoritare. Întrucât conflictul nu poate fi rezolvat pe plan manifest sau relaţional, el va fi interiorizat. Analiza minuţioasă a răspunsului sursei face ca ţinta să infereze principiile organizatoare ale poziţiei minoritare, pe care le va aplica mai târziu pentru a da răspunsuri aproximativ identice cu cele ale sursei sau le va folosi în evaluarea unor opinii apropiate de cele ale minorităţii. Acest „constructivism social” a fost ilustrat de Charlan Nemeth. În mai multe experimente, cercetătoarea americană a dovedit că în sarcinile de rezolvare de probleme subiecţii expuşi influenţei minoritare dau răspunsuri mai originale, probând o gândire divergentă, faţă de cei expuşi influenţei majorităţii, la care se constată o gândire mai curând convergentă.

În ultimii ani au fost propuse două concepte pentru a articula comparaţia şi validarea ca procese cognitive implicate în influenţa minoritară: *descentrarea* şi *disocierea*. Conform ipotezei descentrării, majorităţile obţin influenţă în cazul în care ţintele se aşteaptă la consens, în vreme ce minorităţile au succes în situaţiile în care există mai multe răspunsuri corecte posibile. Postulatul de bază al teoriei disocierii este că, în anumite situaţii, ţinta percepe mesajul ca pe un atribut intrinsec al sursei, iar în altele disociază mesajul de sursă. În ultimul caz, după ce a făcut comparaţia între sine şi sursa minoritară, subiectul se poate angaja în activitatea de validare.

Un câmp de studii ce a suscitat multe dispute este cel al efectelor categorizării în influenţa minoritară. Maass *et al*. (1982) au distins minorităţile simple (ce diferă de sursa de influenţă numai după opiniile susţinute) de minorităţile duble (care, pe lângă opinii diferite, au şi un alt *background* social), ajungând la concluzia că primele obţin mai multă influenţă. Teoria identităţii sociale a oferit un excelent cadru teoretic pentru explicarea mecanismelor influenţei minoritare. Totuşi, Martin (1988) a introdus măsuri indirecte şi a pus în evidenţă o influenţă latentă a minorităţii *out-group* mai mare decât cea a minorităţii *in-group*. Minoritatea induce conversiune când i se recunoaşte specificitatea – iar adevărata ei natură este aceea de *out-group*.

În fine, o altă linie de cercetări, cu rezultate spectaculoase, o constituie aceea a rezistenţelor în faţa influenţei minoritare. Un prim tip de rezistenţă este psihologizarea. Ea constă în a pune discursul minoritar pe seama unor caracteristici psihologice ale sursei. Stabilirea acestei corespondenţe de către ţintă face imposibilă conversiunea. Psihologizarea nu are aceleaşi efecte în cazul influenţei majorităţii, ceea ce o recomandă ca strategie specifică de contracarare a mesajelor minoritare. Studiul unei alte forme de rezistenţă, negarea sau discreditarea a prilejuit evidenţierea unor „efecte perverse”: negarea sau diminuarea valorii unei opinii minoritare are ca rezultat blocarea influenţei la nivel direct, dar amplificarea influenţei ei indirecte sau întârziate.

4. Obedienţa

Obedienţa reprezintă un gen de influenţă socială diferit, prin mecanismele subiacente, în raport cu normalizarea, conformismul sau influenţa minoritară. Situaţiile de obedienţă sunt situaţii în care schimbarea în comportamentul ţintei survine ca urmare a unui ordin venit din partea unei surse de influenţă înzestrate cu autoritate legitimă. Ca atare, diferenţa de statut dintre cele două entităţi devine un factor ce afectează în mod decisiv cuantumul de influenţă obţinut. Majorităţii cantitative din situaţiile de conformism îi ia locul o majoritate calitativă. În relaţia de obedienţă, dorinţa sursei de a influenţa comportamentul ţintei este evidentă, resimţită ca atare de aceasta din urmă. Mai mult, personajul autoritar supraveghează de obicei îndeplinirea ordinului.

reînnoindu-l atunci când persoana-ţintă dă semne de independenţă şi făcând astfel ca situaţia să pară şi mai constrângătoare. În fine, în comparaţie cu situaţiile de conformism, în care membrii grupului şi individul influenţat au acelaşi comportament, în obedienţă nu regăsim această similaritate ; autoritatea pretinde ca individul să desfăşoare un comportament pe care ea însăşi nu-l face, cel puţin nu sub privirile acestuia.

Cercetările lui Stanley Milgram asupra obedienţei au avut un ecou cu totul neobişnuit în lumea ştiinţifică. Milgram şi-a făcut ucenicia pe lângă Asch. De timpuriu însă, şi-a criticat magistrul, opinând că tipul de sarcină imaginată de acesta pentru studiul conformismului nu are consecinţe pentru conduita cotidiană a subiectului. De aceea, el a preferat în locul judecăţilor perceptive un comportament motor – administrarea de şocuri electrice unui partener. În studiile sale, figura autoritară este reprezentată de experimentator.

Subiecţii primului experiment al lui Milgram – ca, de altminteri, subiecţii tuturor experimentelor – au fost recrutaţi printr-un anunţ în ziarul local din New Haven. Anunţul preciza că fiecare participant va primi 4 dolari (ceea ce reprezenta plata îndestulătoare pentru o oră de lucru) şi 50 de cenţi pentru transport. Se menţiona că e necesar ca subiecţii să fie bărbaţi şi să aibă vârsta cuprinsă între 20 şi 50 de ani (numai în experimentul 8 s-au folosit femei în rolul profesorului). Profesiunile subiecţilor au fost dintre cele mai diverse, de la muncitori la funcţionari şi de la vânzători la oameni de afaceri.

Sosind la laborator, subiectul întâlneşte un bărbat corpolent de 50 de ani, cu o înfăţişare de funcţionar de nivel mediu (de fapt, un complice), care-i mărturiseşte că şi el a venit pentru a lua parte la experiment. Amândoi sunt întâmpinaţi de experimentator – Milgram a preferat să observe totul din spatele pereţilor-oglindă, încât rolul experimentatorului l-a jucat un profesor de bilogie de 31 de ani. Cu o înfăţişare întru câtva severă, îmbrăcat într-un halat gri şi purtând cravată, acesta a păstrat mereu o atitudine impasibilă. Experimentatorul le plătea celor doi, precizându-le că orice s-ar întâmpla în experiment, banii le aparţin. Le explica apoi că cercetarea sa urmăreşte influenţa pedepsei asupra învăţării, arătând vag spre un teanc de cărţi de pe birou, pe care subiectul putea zări titluri legate de învăţare. Pentru buna desfăşurare a experimentului, unul dintre cei doi trebuia să joace rolul profesorului, iar celălalt, al elevului. Prin trucarea unei trageri la sorţi, subiectul naiv ajungea întotdeauna să joace rolul profesorului. Elevul era aşezat într-un scaun electric într-o încăpere alăturată. În timp ce i se legau electrozii sub privirile subiectului, bărbatul corpolent mărturiseşte că n-a mai fost supus niciodată la şocuri electrice. Experimentatorul îl linişteşte, spunându-i : „Deşi şocurile pot fi foarte dureroase, nu vă vor provoca răni grave".

Întors în laborator împreună cu experimentatorul, „profesorul" primea instrucţiunile pentru conduita sa din timpul experimentului de învăţare. I se prezenta generatorul de şocuri electrice, cu cele 30 de comutatoare. Fiecare comutator era etichetat cu un voltaj de la 15 la 450 de volţi, cu o creştere de 15 volţi de la un comutator la altul, de la stânga la dreapta. În afară de aceste etichete existau alte nouă, dintre care primele şapte priveau grupuri de câte patru comutatoare : şoc uşor, şoc moderat, şoc puternic, şoc foarte puternic, şoc intens, şoc extrem de intens, pericol – şoc sever. Ultimele două comutatoare erau marcate fiecare cu însemnul XXX.

Elevul trebuia să învețe perechi de cuvinte. Subiectul naiv sau profesorul citea o listă de cuvinte-perechi, după care rostea primul termen al unei perechi, urmat de alte patru cuvinte. Sarcina elevului era de a stabili care dintre cele patru cuvinte era perechea termenului enunțat. Aflat în camera alăturată și neputând comunica verbal, elevul își transmitea răspunsul prin apăsarea unuia dintre cele patru butoane de pe pupitrul din fața sa. Prin acționarea acestor butoane, se aprindeau becuri corespunzătoare deasupra generatorului de curent, încât profesorul lua cunoștință de răspunsul elevului. Potrivit instrucțiunilor, la fiecare nouă greșeală a elevului, profesorul urma să aplice un șoc electric superior ca intensitate. Înainte ca ședința de învățare să înceapă, pentru a mări credibilitatea montajului experimental, subiectului naiv i se aplica un șoc electric de 45 de volți. Astfel, subiecții nu puteau bănui că mașina din fața lor era doar o simulare a generatorului de șocuri. Să remarcăm că subiectul este o persoană foarte ocupată : el administrează testul de cuvinte-perechi, analizează răspunsurile elevului și decide dacă sunt sau nu corecte, aplică șocul electric (de fiecare dată cu 15 volți mai puternic decât precedentul), anunță într-un microfon rezultatul fiecărei încercări, răspunsul corect dacă elevul a comis o eroare, precum și intensitatea șocului electric pe care urmează să-l administreze. Milgram însuși a admis că acest șir de acțiuni desfășurate într-un timp scurt constituie un factor relativ însemnat în determinarea comportamentului subiectului.

În privința feedbackului elevului, acesta furnizează aproximativ trei răspunsuri greșite la unul corect. În acest experiment, subiectul nu are posibilitatea să audă nici un protest al victimei, după cum nu aude răspunsurile ei. Atunci când se aplică șocul de 300 de volți, victima lovește în perete, iar subiectul aude izbitura. Zgomotul se repetă după șocul de 315 volți. După aceste incidente, elevul nu se mai face în nici un fel auzit și nu mai dă nici un răspuns. Experimentatorul cere subiectului să considere absența răspunsului drept răspuns greșit.

Reacțiile de abandon ale subiectului se pot produce la orice intensitate a șocului, însă, cum vom vedea, în experimentul 1 primii subiecți (cinci la număr) se opresc la șocul de 300 de volți. Milgram s-a îngrijit să standardizeze intervențiile experimentatorului. Atunci când subiectul manifesta prima dată dorința de a renunța, i se spunea : „Vă rog să continuați". Replicile următoare sunau astfel : „Experimentul cere să continuați", „Este esențial să continuați", „Nu aveți de ales, trebuie să continuați". Tonul persoanei înzestrate cu autoritate era ferm, dar, cum ne asigură Milgram, „nu nepoliticos". Cele patru replici reprezintă, de fapt, operaționalizarea autorității.

Rezultatele cele mai cunoscute ale experimentului standard privesc proporția de subiecți obedienți : 26 din 40, adică 65%. Cei 14 subiecți neobedienți și-au întrerupt participarea astfel : 5 la 300 de volți (la acest nivel, elevul lovește cu piciorul în perete), 4 la 315 volți, 2 la 330, câte unul la 345, 360 și 375 de volți. Din punctul de vedere al intensității șocurilor aplicate, media celor 40 de subiecți a fost de 375 ; media numărului de șocuri administrate de un subiect este de 27 (din 30, cât ar fi fost maximum posibil).

În completarea acestor măsuri dependente, Milgram a raportat nervozitatea extremă a subiecților : „Subiecții transpirau, tremurau, se bâlbâiau, își mușcau buzele, gemeau şi îşi înfigeau unghiile în carne. [...] Un semn de tensiune l-a constituit apariţia repetată a unor accese de râs nervos. Râsul părea complet deplasat. [...] Într-unul din cazuri, accesul de râs nervos a fost atât de violent şi convulsiv, încât a trebuit oprit experimentul" (Milgram, 1963, p. 376).

După obţinerea primelor date, autorul a explorat – într-o serie de 18 experimente – factorii susceptibili să contribuie la diminuarea obedienţei. O primă categorie de factori căreia i-a acordat atenţie sunt cei legaţi de percepţia autorităţii. Astfel, a reieşit importanţa prezenţei fizice a autorităţii pe timpul îndeplinirii ordinului de către subiect. Ordinul transmis prin telefon se dovedeşte mult mai puţin eficient decât cel comunicat prin viu grai : obedienţa scade la 20,5%. O scădere a influenţei, deşi nu atât de semnificativă, se observă şi cu prilejul schimbării cadrului în care evoluează figura autoritară a experimentului : dacă în loc să se desfăşoare în incinta Universităţii Yale, experimentul se organizează într-un mic birou dintr-un orăşel de provincie, se constată o cifră a obedienţei de 48%. Milgram a demonstrat că ordinele contradictorii ale autorităţii stimulează independenţa subiectului – o autoritate reprezentată de doi experimentatori, dintre care unul susţine că experimentul trebuie oprit la 150 de volţi, iar celălalt îi porunceşte subiectului să continue, nu induce ascultare : din 20 de subiecţi testaţi în această condiţie, 18 abandonează în chiar momentul în care discursul autorităţii devine contradictoriu. O persoană imorală dar având toate însemnele autorităţii este capabilă să inducă ascultarea : subiecţii se supun, chiar dacă mai puţin (40%), şi unui experimentator ce încalcă promisiunea făcută „victimei" de a opri experimentul în momentul în care ea va solicita acest lucru. În fine, unul dintre factorii decisivi în situaţia Milgram îl constituie relaţia spaţială dintre elev (victimă) şi cel care aplică şocurile. Autorul a variat, în mai multe studii (1974), apropierea de victimă, constatând că, pe măsură ce distanţa fizică scade iar relaţia devine tot mai directă, refuzul de a da curs cererilor imperioase ale autorităţii se produce tot mai frecvent. Agresiunea are loc când victima este impersonală.

4.1. Interpretarea teoretică a obedienţei

Milgram a respins de fiecare dată explicaţiile psihologizante ale obedienţei, care susţineau că ascultarea subiecţilor se datorează personalităţii lor înclinate spre sadism. El a insistat asupra efectelor structurii sociale şi a presiunilor situaţionale. Diferitele condiţii experimentale pe care le-a imaginat n-au făcut decât să probeze că unele situaţii dau naştere la o supunere mai mare în raport cu ordinele autorităţii decât altele şi să excludă ipoteza motivelor personale.

Unul dintre factorii ce fac ca individului să-i fie extrem de greu să se desprindă din această situaţie este natura secvenţială a sarcinii, faptul că la început ascultarea ordinelor autorităţii nu cere un efort deosebit. Mai apoi individul se consideră angajat în raport cu decizia de a se arăta obedient. Dorinţa de a părea consistent în comportament îl face să amâne mereu momentul abandonului.

Explicaţiile avansate de Milgram s-au centrat pe noţiunea de „stare agentică" – o stare psihologică în care individul acceptă „definiţiile realităţii furnizate de autoritate", se supune indicațiilor ce-i ghidează conduita, se consideră pe sine un instrument în mâinile ei. În aceste condiții, tot ce face sub îndrumarea autorității este în numele ei, iar răspunderea pentru consecințele actelor lui n-o poate purta decât tot autoritatea. Așadar acest „scurtcircuit al sistemului rușine-vinovăție al personalității" (Milgram, 1974, p. 118) se datorează fenomenului de difuziune a responsabilității sau, mai degrabă, transferului responsabilității către agentul de influență. Dacă subiecților li se dau instrucțiuni care-i fac să creadă că responsabilitatea le aparține în întregime, obediența diminuează semnificativ.

Experimentele lui Milgram au fost aspru criticate, invocându-se încălcarea flagrantă a regulilor de etică a cercetării psihologice. Fără îndoială, subiecții săi trăiesc o stare de stres pe care cercetătorul nu avea dreptul să o inducă. În plus, li se dezvăluie o trăsătură a lor pe care poate n-ar fi trebuit s-o cunoască.

Milgram a scris multe articole încercând să se apere. El a invocat și declarațiile subiecților din chestionarele postexperimentale, din care reiese că majoritatea n-au regretat participarea la experiment. Oricum, dacă îndrăznețul scenariu al lui Milgram se justifică, cel puțin în opinia unora, prin valoarea științifică a concluziilor sale, această dispută îndelungată în jurul problemei etice pare să fi avut două urmări: a întărit preocupările comunității științifice pentru protejarea participanților la experimentele psihologice, dar a și descurajat, într-o oarecare măsură, cercetările în domeniul obedienței.

REZUMAT

În mod tradițional, psihologii sociali au făcut distincție între domeniul schimbării de atitudine (sau al persuasiunii) și cel al influenței sociale. Argumentarea și procesele cognitive ale țintei formează obiecte de interes prioritare în primul domeniu. Oricare dintre tipurile de influență socială presupune schimbări comportamentale și, în bună parte, schimbări atitudinale. Totuși, în câmpul influenței sociale, cercetătorii se centrează cu precădere asupra contextului social: ce gândesc ceilalți despre obiectul de atitudine, cine sunt ceilalți din punctul de vedere al aparteneței lor categoriale și al statusului lor social, câți și în ce măsură sunt dispuși să susțină judecata subiectului etc. În capitolul de față am prezentat succint patru tipuri de influență socială: normalizarea, conformismul, influența minoritară și obediența. În cazul fiecărui tip, am analizat mecanismele psihologice subiacente. Am insistat totodată asupra determinismului situațional: comportamentul individului se află în bună măsură sub controlul factorilor din situație, iar demersurile de influență ale celorlalți reprezintă factori situaționali importanți.

Bibliografie

Allport, F.H. (1924). *Social Psychology*. Boston: Houghton Mifflin.

Asch, S. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgment. În H. Guetzkow (ed.). *Groups, Leadership and Men*. Pittsburgh: Carnegie Press.

Deutsch, M.; Gerard, H. (1955). A study of normative and informational influence upon individul judgment. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51, 629-636.

Festinger, L. (1953). An analysis of compliant behavior. În M. Sherif şi M.O. Wilson (eds.). *Group Relations at the Crossroads*. New York: Harper and Row.

Kelman, H.C. (1961). Processes of opinion change. *Public Opinion Quarterly*, 25, 57-78.

Milgram, S. (1963). Behavioral study of obedience. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 371-378.

Milgram, S. (1974). *Obedience to Authority: An Experimental View*. New York: Harper & Row.

Maass, A.; Clark, R.D.III; Haberkorn, G. (1982). The effects of differential ascribed category membership on minority influence. *European Journal of Social Psychology*, 12, 89-104.

Martin, R. (1988). Ingroup and outgroup minorities: Differential impact upon public and private responses. *European Journal of Social Psychology*, 18, 39-52.

Moscovici, S. (1979). *Psychologie des minorités actives*. Paris: Presses Universitaires de France.

Moscovici, S. (1980). Toward a theory of conversion behavior. În L. Berkowitz (ed.). *Advances in Experimental Social Psychology* (vol. 13). New York: Academic Press.

Moscovici, S.; Lage, E.; Naffrechoux, M. (1969). Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a colour perception task. *Sociometry*, 32, 365-380.

Moscovici, S.; Personnaz, B. (1980). Studies in social influence V: Minority influence and conversion behavior in a perceptual task. *Journal of Experimental Social Psychology*, 16, 270-282.

Schachter, S. (1951). Deviation, rejection and communication. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 46, 190-207.

Secţiunea a V-a

PROCESE INTERGRUPURI

- **Stereotipuri, prejudecăţi şi discriminare**

Stereotipuri, prejudecăţi şi discriminare

Dorin Nastas

PREFAŢĂ

Capitolul este consacrat atitudinilor intergrupuri. Într-o primă secţiune sunt oferite o serie de *definiţii şi precizări conceptuale* care exprimă viziunea autorului asupra a ceea ce sunt şi cum interacţionează între ele stereotipurile, prejudecăţile şi discriminarea. Cea de-a doua secţiune este consacrată *modalităţilor de măsurare a atitudinilor intergrupuri*, iar ultima secţiune prezintă o selecţie de *teorii asupra atitudinilor intergrupuri*.

Costel a fost condamnat pentru furt şi după ce a ieşit din închisoare a încercat să se angajeze ca lăcătuş, meserie pe care o învăţase în timpul ispăşirii pedepsei. Mereu a fost respins. Disperat, a plecat să muncească în Turcia, unde a lucrat „la negru"... tocmai ca lăcătuş, producând acele lacăte pe care le găsim din abundenţă în magazinele din România! Revenit în ţară, caută din nou un loc de muncă. După ce rămâne fără bani şi nu reuşeşte să se angajeze, comite împreună cu vechii prieteni un nou furt şi ajunge iar la închisoare. Peste un an Costel va fi din nou liber şi... această perspectivă îl cam sperie: nu ştie ce va face...

(*Sursa*: Mărturia unui deţinut. Comunicare personală)

1. Definiţii şi precizări conceptuale

1.1. Atitudini sociale, atitudini interpersonale şi atitudini intergrupuri

Atunci când s-a discutat despre atitudini şi schimbarea atitudinilor ne-am concentrat atenţia asupra raportării individului la o serie de obiecte, fenomene şi procese sociale (*atitudini sociale*) sau subiecţi sociali consideraţi individual (*atitudini interpersonale*). Datorită importanţei deosebite pe care o au în viaţa cotidiană atitudinile faţă de grupurile sociale (*atitudinile intergrupuri*), psihologia socială le studiază într-un domeniu aparte. Astfel, studiile asupra stereotipurilor, prejudecăţilor şi discriminării pot fi, într-un anume sens, considerate o continuare a discuţiei despre atitudini. Ţinem să menționăm această legătură între cele două arii de cunoaștere pentru că în mod frecvent se uită că *stereotipurile, prejudecățile și discriminarea sunt fațete diferite ale atitudinilor intergrupuri*.

Clasica distincție între elementele cognitive, afective și comportamentale/conative ale atitudinilor se regăsește și atunci când ne îndreptăm atenția spre *reacțiile individului confruntat cu grupuri sociale sau indivizi aparținând acestora*. În acest sens, *stereotipul* (vezi și caseta 1) se referă la dimensiunea cognitivă sau raportarea preponderent cognitivă la un grup sau reprezentanți ai acestuia, *prejudecata* – la dimensiunea afectivă, iar raportarea preponderent afectivă și *discriminarea* – la componenta comportamentală sau la consecințele comportamentale determinate de stereotipuri și prejudecăți (Fiske, 1998 ; Brewer și Crano, 1994).

Caseta 1

Originea și evoluția/accepțiunile noțiunii de „stereotip"

Termenul „stereotip" are o istorie considerabilă, de peste 200 de ani. Inițial – în 1798 – a fost propus pentru a identifica formele metalice ce servesc la imprimarea clișeelor tipografice. Etimologic, el este compus din două cuvinte grecești : *stereos* („rigid") și *tupos* („urmă").

Primii care au preluat acest termen au fost medicii psihiatri, care l-au utilizat într-o formă ușor modificată – *stereotipie* –, pentru a descrie repetarea frecventă și aproape mecanică a unor gesturi, posturi sau expresii verbale. La ora actuală, psihologii clinicişti și etologii folosesc în continuare acest termen pentru a se referi la comportamente de rutină, rigide și care se repetă cu regularitate. În indexul *Psychological Abstract*, această accepțiune a termenului este prezentată ca și „stereotyped behaviours", în timp ce viziunea psihologilor sociali corespunde categoriei „stereotyped attitudes".

Primul care a folosit termenul „stereotip" în accepțiunea ce corespunde perspectivei psihologiei sociale a fost... un celebru ziarist american pe nume Walter Lippman. El publică în 1922 celebra carte *Public Opinion*, unde oferă mai multe definiții ale conceptului, cea mai vehiculată fiind aceea potrivit căreia stereotipurile sunt „imagini ce se găsesc în mintea noastră", constituind „hărți pentru a ne ghida în lume".

1.2. Stereotipul și prejudecata ca elemente ale schemei de grup

Deoarece progresul perspectivei cognitive în psihologia socială a oferit un limbaj universal pentru integrarea diverselor domenii ale psihologiei sociale și chiar a diferitor discipline (Hamilton, Devine și Ostrom, 1994), este important să facem uz de acest limbaj universal atunci când ne referim la stereotipuri, prejudecăți și discriminare.

Conceptul, cred, cel mai vehiculat în psihologie socială cognitivă este cel de *schemă*. Se disting mai multe categorii de scheme cognitive, printre care se regăsesc și *schemele de grup*. Astfel, stereotipurile și prejudecățile sunt elemente ale unei scheme de grup : *stereotipul* reprezintă conținutul declarativ al unei scheme de grup, în timp ce *prejudecata* este engrama afectivă care se presupune că este atașată de stereotip și care se activează împreună cu conținutul cognitiv al acestuia.

Relaţiile între cele două componente ale schemei de grup nu sunt simple. Deocamdată, datele acumulate nu sunt suficiente pentru a clarifica întru totul modul în care aceste componente se influenţează reciproc.

1.3. Stereotipurile, prejudecăţile şi discriminarea pot fi pozitive

Atunci când auziţi de obicei utilizându-se cuvintele „stereotip", „prejudecată", „discriminare", de cele mai multe ori conotaţia lor este negativă. Altfel spus, suntem înclinaţi să credem că aceste cuvinte se referă esenţialmente la „lucruri rele" – imagini negative faţă de un anume grup, o judecată nefavorabilă despre un grup, un comportament cu consecinţe negative pentru cineva. Această uzanţă negativistă în cotidian a determinat ca şi termenii ştiinţifici respectivi să fie utilizaţi în sens negativ, chiar de către unii psihologi sociali. Este adevărat şi faptul că majoritatea cercetărilor clasice operează cu o accepţiune implicit sau explicit negativă a celor trei concepte.

Însă cercetările mai recente ţin cont de faptul că stereotipul, prejudecata şi discriminarea pot fi atât *negative*, cât şi *pozitive*. Mai mult decât atât, de cele mai multe ori, acestea sunt complementare : a discrimina negativ membrii outgrupului presupune în acelaşi timp o discriminare pozitivă a celor ingrup.

O altă cauză a perceperii preponderent negative a celor trei termeni poate fi legată de salienţa mai mare a relaţiilor intergrupuri conflictuale care pot determina elaborarea şi împărtăşirea unor *stereotipuri universale* despre relaţiile intergrupuri ca fiind esenţialmente conflictuale.

2. Măsurarea atitudinilor intergrupuri

Efortul teoretic şi empiric în psihologia socială a fost concentrat în special asupra măsurării dimensiunii cognitive a atitudinilor intergrupuri – a stereotipurilor. Această stare de fapt va transpare şi din conţinutul acestei secţiuni.

2.1. Cum măsurăm stereotipurile ?

Conceptul de stereotip lansat de Lippman nu a fost univoc şi riguros definit de acesta. În plus, autorul nu a sugerat o manieră clară de operaţionalizare empirică. Totuşi, psihologii sociali s-au arătat imediat fascinaţi de acest concept, astfel încât manierele de abordare empirică au apărut la scurt timp după publicarea lucrării lui Lippman.

Pentru o perioadă de mai bine de 40 de ani, măsurarea stereotipurilor a presupus în special identificarea conţinutului acestuia mizându-se pe diverse criterii.

2.1.1. *Metoda identificării vizuale (Rice, 1926)*

Pornind de la una dintre cele mai vehiculate definiții ale stereotipului propuse de Lippman - „stereotipurile sunt imagini în mintea noastră" -, Rice (1926) a sugerat că dacă stereotipurile sunt imagini care ne ghidează în lumea socială, atunci existența sau absența acestora poate fi măsurată prin metoda identificării vizuale a apartenenței la diferite grupuri sociale. Rice a prezentat unui grup de 141 de persoane nouă poze extrase din ziar. Subiecților li s-a spus că în pozele respective se regăsesc un traficant de alcool, un premier european, un lider de sindicat, doi fabricanți, un editor, un bolșevic, un senator american și un finanțator. Primele 6 persoane au fost relativ ușor recunoscute (rata recunoașterii depășea rata probabilistică). Cel mai dificil de identificat a fost bolșevicul (doar 9 persoane), și astea pentru că poza utilizată nu corespundea stereotipului răspândit la acea dată. De fapt, bolșevicul din poză nu era altcineva decât ambasadorul sovietic la Paris : era bine îmbrăcat, nu purta barbă și avea un aspect distins.

Abordarea lui Rice este clar că nu ne oferă prea mult despre conținutul stereotipului. Și asta pentru că nu putem ști cu siguranță care element al pozei este sau nu esențial pentru conținutul unui stereotip.

Interesul pentru metoda recunoașterii vizuale nu a găsit mulți susținători, însă principiul utilizării informației vizuale în studiul stereotipurilor a fost folosit de mai mulți cercetători. Acest principiu este deosebit de important, mai ales atunci când se discută despre categorizarea socială implicită și activarea automată subsecventă a stereotipului, aspecte centrale pentru abordarea cognitivă în psihologia socială.

2.1.2. *Metoda listei de trăsături (Katz și Braly, 1933)*

Probabil această metodă este cea mai cunoscută și mai frecvent utilizată modalitate de a măsura conținutul stereotipului – este metoda listei trăsăturilor de personalitate propusă de Katz și Braly (1933). Metoda este foarte simplă și urmărește în mod direct/explicit identificarea *stereotipurilor consensuale sau sociale*. Desigur, acest lucru nu se poate realiza decât prin identificarea unor secvențe ale **stereotipurilor personale** în etapa de colectare a datelor.

În studiul lor, Katz și Braly (1933) au cerut unor studenți de la Universitatea Princeton să menționeze pe rând cât mai multe caracteristici sau trăsături pe care le consideră tipice pentru reprezentanții a zece grupuri etnice : americani, negri, chinezi, englezi, germani, irlandezi, italieni, japonezi, evrei și turci. Lista obținută a fost ulterior completată cu o serie de trăsături raportate în alte studii, astfel încât în final s-a obținut o listă cu 84 de cuvinte-descriptor.

Un al doilea grup de participanți, studenți la aceeași universitate, au fost rugați să utilizeze lista obținută pentru a descrie aceleași grupuri etnice. Participanții aveau posibilitatea să folosească și alte cuvinte care nu se regăseau pe listă. După finalizarea sarcinii, subiecții erau rugați să revină asupra listei cu trăsăturile selectate pentru fiecare grup, pentru a încercui acele caracteristici pe care le considerau ca fiind cele mai reprezentative.

Cel de-al treilea grup de subiecţi a fost rugat să estimeze gradul de dezirabilitate pentru fiecare adjectiv de pe listă, estimând pe o scală de la 1 la 10 dacă le-ar plăcea ca trăsăturile respective să fie caracteristice pentru prietenii sau persoanele apropiate lor. Luând în calcul cele mai frecvente caracteristici asociate grupurilor, autorii au calculat în subsecvent un indice de dezirabilitate pentru fiecare din cele 10 grupuri etnice.

În final, un al patrulea grup de participanţi a completat o variantă modificată a scalei pentru estimarea distanţei sociale (vezi *infra*) aranjând, în ordinea preferinţei pentru asociere, cele 10 grupuri etnice. După cum vom vedea puţin mai jos, autorii au estimat astfel prejudecata faţă de anumite grupuri etnice.

În mod paradoxal, prin realizarea acestui studiu, Katz şi Braly (1933) nu au urmărit în mod direct identificarea conţinutul stereotipului. Autorii încercau să demonstreze că rezultatele care se obţineau în epocă prin utilizarea pe larg a scalelor de măsurare a distanţei sociale sunt determinate de conţinutul evaluativ al caracteristicilor descriptive. Altfel spus, în termeni moderni, autorii încercau să demonstreze că prejudecata este determinată de conotaţia evaluativă a conţinutului descriptiv al stereotipului şi nu este o simplă reacţie asociată etichetei etnice. Datele obţinute de autori confirmă parţial această ipoteză. Viziunea actuală asupra acestei probleme este că între valenţa evaluativă a elementelor unui stereotip şi reacţia afectivă determinată direct de activarea etichetei categorială nu există o suprapunere totală, aspect care se recunoaşte chiar din patternul datelor obţinute de Katz şi Braly.

După apariţia acestui studiu, cercetătorii au fost mai curând fascinaţi de tehnica identificării conţinutului descriptiv decât de subtilităţile relaţiilor dintre prejudecată şi stereotip. Unii autori menţionează că timp de câteva decenii a existat o adevărată compulsiune în rândul cercetătorilor pentru identificarea şi elaborarea unor adevărate dicţionare de stereotipuri etnice. Din păcate, descrierea stereotipurilor pe care le are grupul X despre grupul Y este mai curând un demers constatativ specific abordării sociologice. Pentru psihologii sociali, care ar trebui să se concentreze asupra investigării mecanismelor psihologice, volumul de date despre conţinutul stereotipurilor nu este prea valoros.

Metoda listei de trăsături are o serie de neajunsuri. Mai mulţi cercetători au semnalat faptul că unii participanţi refuză să atribuie caracteristici specifice unui grup, opinând pe bună dreptate că nu toţi membrii acelui grup posedă neapărat o anume trăsătură. Cu alte cuvinte, nu este corect să spunem că, de exemplu, ţiganii sunt muzicanţi, pentru că nu toţi posedă neapărat această înclinaţie. Un alt neajuns rezidă în faptul că metoda nu permite calculul individualizat al gradului de stereotipie, al măsurii în care stereotipul personal se suprapune cu stereotipul social. Metoda pe care o prezentăm mai jos pretinde că rezolvă cel puţin aceste două probleme în măsurarea stereotipului.

2.1.3. *Metoda estimării procentuale (Brigham, 1971)*

Brigham (1971) consideră că în identificarea stereotipului social nu este important să ne ghidăm după *principiul consensului* (prin identificarea trăsăturilor tipice), ci mai curând ar fi cazul să ţinem cont de *percepţia omogenităţii* membrilor unui grup (prin identificarea gradului de percepere a omogenității membrilor grupului respectiv). Fără a nega utilitatea listelor de trăsături, Brigham (1971) susține că sarcina subiectului ar trebui modificată astfel încât fiecare trăsătură descriptivă să fie apreciată în sensul procentului de persoane dintr-un grup pentru care este considerată a fi valabilă. Pentru acest scop, metoda propusă de Brigham constă în utilizarea unei scale de tip Likert cu un interval de 10% (nimic nu împiedică însă utilizarea unei scale cu un interval de 5%), astfel încât subiectul să poată estima procentul de persoane din grupul-țintă care posedă o anume caracteristică. Cercetătorului îi revine sarcina să stabilească intervalul de răspunsuri ce pot fi considerate non-stereotipice. Autorul metodei recomandă două modalități de calcul :

1) considerarea ca fiind răspunsuri non-stereotipice estimările plasate în intervalul cuprins între 20 și 80% ; estimările nejustificat de exagerate sau extreme considerate a fi stereotipice se vor plasa astfel în intervalele 0-20% și 80-100% ;
2) considerarea ca fiind non-stereotipice estimările plasate la o distanță de două abateri standard față de medie ; estimările exagerate în acest caz ar fi cele care se situează sub sau peste două abateri standard.

Metoda estimării procentuale are o serie de avantaje : (a) sarcina este considerată ca fiind mai ecologică și este de înțeles ; (b) cercetătorul poate fi sigur că nu există caracteristici care au fost ignorate ; (c) oferă posibilitatea estimării stereotipului individual și stereotipului social.

Printre principalele probleme legate de această metodă am putea enumera următoarele : (a) există o anumită ambiguitate în raport cu conținutul stereotipic : dacă este clar că o trăsătură estimată ca fiind caracteristică pentru peste 80% dintre membrii unui grup este un element al stereotipului, nu putem estima cu exactitate care este caracteristica stereotipică în cazul unei estimări plasate sub 20% (de exemplu, dacă pentru caracteristica „serios" se estimează de către subiecți că populația-țintă o posedă în proporție de 15%, nu este clar dacă ar trebui să considerăm acel grup ca posedând caracteristici opuse seriozității, precum „neseriozitatea" sau „umorul") ; (b) rezultatele care se pot obține prin cele două metode de calcul al intervalului de răspunsuri non-stereotipice pot fi foarte diferite, eventual chiar contradictorii.

2.1.4. *Metoda ratei diagnostice (McCauley și Stitt, 1978)*

O manieră similară celei anterioare dar puțin diferită în privința calculului este propusă de McCauley și Stitt (1978). Autorii consideră stereotipuri *atributele distinctive*. Pentru identificarea acestora, subiecții sunt rugați să estimeze mai întâi care este procentul de persoane din grupul-țintă care posedă o anumită caracteristică. Ulterior ei sunt rugați să estimeze câte procente din populația globului posedă aceeași caracteristică. Raportul care se stabilește între cele două estimări procentuale este definit ca fiind *rata diagnostică* (vezi formula). În acest caz sunt considerate distinctive sau stereotipice acele atribute sau caracteristici care diferă considerabil de unitate.

$$\text{RD} = \frac{\text{\% caracteristicii în grupul-ţintă}}{\text{\% caracteristicii în rândul populaţiei globului}}$$

Formula pentru calculul ratei diagnostice

Avantajul acestei proceduri este uşurinţa în administrare. Totuşi, unii subiecţi raportează că sarcina estimării numărului populaţiei globului care posedă o anumită caracteristică este oarecum neplăcută, datorită dificultăţii efectuării unei astfel de estimări. Unii autori sugerează că există pericolul ca metoda să măsoare o judecată evaluativă determinată de intervenţia erorii ingrup : atunci când este greu de emis o estimare prin raportare la „oameni în general”, subiecţii pot aluneca uşor prin a se raporta la propriul grup. Astfel, nu este exclus ca, pentru unii subiecţi, estimarea procentelor să devieze spre o **discriminare evaluativă** determinată direct de comparaţia intergrupuri şi eroarea ingrup.

2.1.5. *Metoda diferenţialului semantic (Gardner, 1973)*

Gardner (1973) propune utilizarea scalelor bipolare de tipul celor elaborate de Osgood pentru identificarea universului semantic/conotativ al cuvintelor sau conceptelor (vezi capitolul despre atitudini). Subiecţii sunt confruntaţi cu eticheta categorială a grupului, urmată de o serie de 25-30 de scale bipolare cu răspunsuri de la 1 la 7. Gardner consideră stereotipul ca fiind credinţe consensuale, astfel încât recomandă să se calculeze în primul rând conţinutul stereotipului social. Aceasta se face prin însumarea scorurilor şi se consideră a fi stereotipice acele caracteristici pentru care polaritatea este semnificativ diferită de medie (media este considerată a fi mijlocul scalei – 4). Ulterior se poate calcula şi un indice al gradului de stereotipie individuală, luându-se în calcul doar scorurile pe scalele care au fost identificate ca fiind stereotipice.

2.2. Cum măsurăm prejudecăţile ?

Ca dimensiune preponderent evaluativ-afectivă a atitudinilor intergrupuri, prejudecata poate fi măsurată în maniere diferite.

În primul rând, şi de cele mai multe ori, prejudecata a fost dedusă implicit din conţinutul cognitiv al stereotipului. Dacă realizăm o analiză a valenţei sau conotaţiei evaluative pe care le au elementele componente ale unui stereotip, putem concluziona că cineva are un stereotip „negativ” sau „negativ” în sensul faptului că se raportează preponderent negativ sau pozitiv faţă de un grup anume. Totuşi, o asemenea deducere este prea cognitivă şi credem că nu relevă decât cu aproximaţie raportarea afectivă.

Prejudecata poate fi măsurată însă şi separat. În continuare prezentăm câteva maniere de măsurare directă, indirectă sau implicită a prejudecăţii.

2.2.1. *Scala distanţei sociale (Bogardus, 1925)*

Scala distanţei sociale propusă de Bogardus (1925) reprezintă o serie de afirmaţii care estimează gradul în care cineva este dispus să accepte în preajma sa persoane ce fac parte din alte grupuri sociale. În special această scală a fost utilizată pentru studiul prejudecăţii faţă de diferite grupurile etnice. În caseta 2 puteţi consulta un exemplu de asemenea scală, adaptată pentru realitatea românească.

Caseta 2

Atunci când vă gândiţi la *etnici rromi* (*ţigani*) vă rugăm să estimaţi dacă aţi accepta:
1. ca soţul/soţia dvs. să facă parte din această etnie
2. ca printre prietenii personali să se numere şi etnici rromi
3. ca pe strada dvs. să locuiască rromi
4. ca rromii să fie încadraţi în posturi similare celui pe care îl ocupaţi
5. ca rromii să poată dobândi cetăţenie românească
6. ca persoane din această etnie să poată vizita România
7. ca etnicii rromi să nu fie acceptaţi sub nici un fel în ţară

Vă rugăm să încercuiţi variantele cu care sunteţi de acord.

După cum lesne se poate observa, scala distanţei sociale este construită astfel încât presupune că dacă o persoană refuză un anumit grad de intimitate, de exemplu, ar prefera să nu accepte vecini rromi, atunci ar urma să refuze şi o intimitate mai pronunţată, ca de exemplu posibilitatea de a fi căsătorit(ă) cu o persoană de etnie rromă.

Bogardus (1925) a utilizat această scală pentru a estima comparativ modul de raportare a majorităţii faţă de 17 etnii minoritare în societatea americană. Analizând datele obţinute, se poate concluziona că proximitatea culturală este cel mai important indicator al disponibilităţii de acceptare socială.

Neajunsul acestui tip de scală este că distanţa dintre diferite puncte ale ei nu este întotdeauna egală, astfel încât apar probleme atunci când se realizează estimări statistice, de exemplu, atunci când realizăm calculul mediei. Însă această dificultate poate fi parţial depăşită dacă elaborarea scalei pentru estimarea distanţei sociale se va face în maniera specifică elaborării scalelor Thurstone.

2.2.2. *Scala rasismului modern (McConahay, 1986)*

O dată cu trecerea timpului, normele egalitariste au devenit tot mai puternice în societăţile occidentale. Exprimarea deschisă a prejudecăţii faţă de anumite grupuri sociale a devenit inacceptabilă. Dacă atunci când a fost propusă scala distanţei sociale (în anii '30) ea putea fi utilizată pentru identificarea gradului de prejudecată rasială, ea nu mai putea fi acceptabilă pentru realizarea unor studii după anii '50. *Rasismul aversiv* pe care îl identifica nu mai exista, însă mai mulţi cercetători s-au întrebat dacă a dispărut sau nu rasismul în America. Bineînţeles că nu – el a căpătat

„forme noi", astfel încât la ora actuală este considerat un *rasism simbolic*, un *rasism ambivalent* sau *rasism modern*.

Pentru măsurarea acestor forme noi de manifestare a prejudecăţii rasiale a fost necesar să se elaboreze scale mult mai subtile, cu întrebări aparent fără legătură cu natura raportării afective faţă de grupurile rasiale.

Una dintre cele mai frecvent citate metode de captare a rasismului modern a fost propusă de McConahay (1986). Scala rasismului modern conţine o serie de afirmaţii de genul celor prezentate în caseta 3. Subiecţii trebuie să răspundă prin a-şi exprima acordul sau dezacordul cu aceste afirmaţii.

Caseta 3

„Este uşor să înţelegi cauzele nemulţumirii negrilor din America"
„În ultimii ani guvernul şi mass-media au acordat prea multă atenţie negrilor"
„În ultimii ani negrii au obţinut beneficii materiale nemeritate" etc.

Unii autori sugerează pe bună dreptate că la ora actuală scala respectivă este depăşită, deoarece rasismul, din forma sa modernă, a devenit „ultramodern" : mult mai subtil şi mai greu de captat prin măsurarea reacţiilor cognitive conştiente, inevitabil cenzurate conform dezirabilităţii sociale a timpului.

Totuşi, cum vom vedea mai jos, la nivelul proceselor cognitive şi afective automate, rasismul este puternic prezent şi poate fi detectat prin utilizarea tehnicilor de amorsare.

2.2.3. *Alte modalităţi de estimare indirectă a prejudecăţii*

Pentru măsurarea prejudecăţilor pot fi utilizate şi alte modalităţi, cum ar fi scale de tip Likert, Gutman, Thurstone sau Osgood. Nu le vom analiza în detaliu procedura şi calităţile psihometrice, pentru că ele au fost deja prezentate în capitolul despre atitudini.

Este important de menţionat faptul că utilizarea acestor scale pentru identificarea prejudecăţii nu implică o viziune *implicit consensuală* din parte evaluatorilor (aspect care nu împiedică totuşi calculul ulterior aplicării, de exemplu, a parametrilor tendinţei centrale). Altfel spus, *prejudecata socială* (*consensuală*) este dedusă în secundar din prelucrarea datelor despre *prejudecăţile personale* (*ideosincratice*). În general, comparativ cu situaţia măsurării stereotipurilor în cazul prejudecăţii, se pune accent pe accepţiunea prejudecăţii ca reacţie personală, indivizii fiind împărţiţi în persoane cu un grad redus (*low-prejudiced*) sau ridicat (*high-prejudiced*) de prejudecată.

Toate aceste modalităţi de estimare a prejudecăţilor împărtăşesc o adeziune puternică pentru identificarea aspectului evaluativ al atitudinilor intergrupuri. Însă pentru că nu măsoară direct *afectivitatea intergrupuri*, le considerăm modalităţi de măsurare indirectă a prejudecăţilor. Identificarea directă a afectului intergrupuri a fost posibilă prin împrumutul unor tehnici şi procedee din psihologia cognitivă.

2.2.4. *Reacţia afectivă automată la expunere vizuală (Fazio* et al., *1995)*

Cercetările recente au demonstrat că fiecare obiect pe care îl percepem trezeşte în noi asociaţii afective de intensitate diferită. Altfel spus, tot ce intră în câmpul percepţiei ne place sau ne displace, nefiind neutru din punct de vedere afectiv. Din punct de vedere procesual, imediat după categorizarea unui obiect perceput şi activarea unei scheme relevante, pe lângă patternul de asociaţii cognitive se produce şi activarea asociaţiilor afective respective. De cele mai multe ori, aceste procese se realizează implicit sau într-o manieră automată.

Urmele asociaţiilor afective activate de conţinuturile cognitive precedente se regăsesc şi în procesarea conţinuturilor actuale. Astfel, dacă, de exemplu, cuvântul „cadou" trezeşte asociaţii afective pozitive puternice, acestea vor continua să fie active şi să influenţeze la rândul lor procesele cognitive subsecvente. În exemplul nostru, dacă vom cere la un interval foarte mic de timp subiecţilor să estimeze dacă cuvântul „atractiv" este pozitiv sau negativ, viteza cu care ei se vor pronunţa va fi mai mare datorită afectului pozitiv rezidual activat de cuvântul „cadou". Dacă cuvântul subsecvent ar fi unul vădit negativ – cum ar fi, de exemplu, cuvântul „război" –, atunci viteza de decizie va fi încetinită. Aceasta se va întâmpla datorită inhibiţiei conotaţiei afective negative determinate de afectivitatea pozitivă reziduală, fiind nevoie de un timp mai lung pentru ca activarea categoriei „negativ" să ajungă la un nivel necesar şi răspunsul să fie emis (Fazio *et al.*, 1986).

În concluzie, amorsajul afectiv subliminal sau implicit poate facilita activarea şi procesarea informaţiei cognitive congruente din punct de vedre afectiv cu amorsa şi în acelaşi timp poate exercita un efect inhibator asupra activării şi procesării informaţiei cognitive incongruente afectiv.

Descoperirea acestor efecte a permis posibilitatea conceperii unei modalităţi de măsurare directă a prejudecăţii : prin intermediul amorsajului realizat prin imagini ale persoanelor ce fac parte din grupuri etnice sau rasiale diferite. Logica este similară : dacă subiecţii au o reacţie afectivă implicit negativă faţă de membrii unor grupuri uşor identificabile după aspectul fizic, atunci simpla expunere rapidă la imagini ale persoanelor din acel grup va determina o facilitare a activării şi procesării cuvintelor conotate negativ şi o inhibare în cazul cuvintelor pozitive.

Fazio şi colegii săi (1995) au reuşit să demonstreze experimental existenţa acestor efecte utilizând ca material pentru amorsaj imagini cu afro-americani şi anglo-americani. La acest studiu au participat două grupuri : un grup de negri (afro-americani) şi unul de albi (anglo-americani). Fără a descrie procedura, este important să remarcăm faptul că majoritatea persoanelor au avut o reacţie afectivă implicit pozitivă faţă de membrii propriului grup rasial.

În acelaşi studiu, cercetătorii au remarcat însă faptul că pentru o parte dintre subiecţii albi, expunerea la poze cu chipuri de negri a determinat reacţii afective pozitive. Mai mult decât atât, reacţiile afective iniţiale ale albilor au fost congruente şi cu comportamentul ulterior al acestora : ei au fost mai binevoitori sau mai puţin binevoitori în interacţiunea cu experimentatorul de culoare. Am putea spune că, deşi majoritatea albilor au încă o prejudecată negativă față de negri, o parte dintre ei au o prejudecată pozitivă față de această rasă.

Studiul amintit mai sus este important pentru că demonstrează câteva aspecte importante și anume :

1) afectivitatea implicită (adică prejudecata) influențează atât natura conținuturilor cognitive activate (adică elementele stereotipului), cât și direcția procesării acestora ;
2) afectivitatea este strâns legată de elementele cognitive – altfel spus, schemele cognitive conțin nu numai asociații și conținuturi cognitive, ci și puternice asociații afective ;
3) prejudecata este un predictor puternic nu numai pentru natura și direcția procesării cognitive, ci și pentru comportamentul în relațiile cu grupul respectiv ;
4) activarea stereotipurilor sociale negative nu este obligatorie, ci mai curând este determinată de natura afectului intergrupuri, astfel încât distincția dintre persoanele cu o prejudecată puternică (*high-prejudiced*) și cele cu o slabă prejudecată (*low-prejudiced*) trebuie căutată mai curând la intersecția dintre dimensiunea afectivă și cea cognitivă.

Sarcinile de amorsaj evaluativ și efectul de congruență afectivă care se manifestă în acest tip de sarcini au fost introduse de către Fazio *et al.* (1986) și au fost puse în evidență în mai multe studii. Cercetările au demonstrat că amorsajul afectiv (al prejudecății) se poate realiza și utilizându-se în calitate de amorse cuvintele-etichetă ce desemnează grupurile-țintă.

2.3. Cum măsurăm discriminarea ?

Estimarea dimensiunii comportamentale a atitudinilor intergrupuri nu a beneficiat de modalități de identificare specifice, ci mai curând generice. Cu titlu de excepție, am putea discuta despre matricele de alocare a resurselor (Tajfel *et al.*, 1971).

În mod normal, fiind rezultatul proceselor cognitive (stereotipurilor) și afective (prejudecății), în economia planului unei cercetări discriminarea are statut de variabilă dependentă. Astfel, pe cale de consecință, comportamentul de discriminare se poate prezenta sub cel puțin trei ipostaze : sub forma unui răspuns verbal, non-verbal sau fiziologic. Pentru detectarea sa în forma non-verbală se folosește metoda generică de observație sistematică. Pentru captarea răspunsurilor verbale se folosesc chestionare. Captarea manifestărilor fiziologice a atitudinilor se poate realiza prin identificarea unor reacții cum ar fi rata pulsului, ciclul bătăii inimii, conductibilitatea pielii, micromișcări ale mușchilor faciali sau dilatarea pupilei (procedura, de cele mai multe ori, este similară celei implicate în sarcinile de amorsaj afectiv și se află în strânsă legătură cu dimensiunea afectivă).

3. Teorii despre atitudinile intergrupuri

Există mai multe abordări teoretice care încearcă să explice natura atitudinilor intergrupuri (de ce?) și ce funcții îndeplinesc acestea la nivelul individului și societății (pentru ce?). Toate aceste teorii pot fi grupate după o serie de elemente distincte, încadrându-se într-o anume orientare sau perspectivă. În continuare vom analiza doar unele dintre aceste teorii.

3.1. Perspectiva psihodinamică

Uneori, teoriile din această perspectivă mai sunt apreciate ca fiind de orientare personologică. Ceea ce reunește și caracterizează aceste teorii este accentul pe dinamica proceselor intrapsihice ale individului. Totuși, le lipsește rafinamentul teoriilor cognitive care au apărut ulterior celor psihodinamice.

3.1.1. *Ipoteza frustrare-agresiune* (*Dollard* et al., *1939)*

Dollard și colegi săi (1939) au pornit de la ideea că, pentru urmărirea și atingerea unui anume scop, sistemul psihic rezervă o anumită cantitate de energie. Atunci când scopul este atins, această energie este eliberată, urmărindu-se un efect cathartic, de eliberare, de eliminare a tensiunii din sistemul psihic. Dacă scopul nu este atins, energia psihică rămâne în stare activată și întregul sistem psihic se află într-o stare de dezechilibru. Pentru a elibera energia produsă de frustrare în calitatea de supapă, este folosit comportamentul agresiv. Dollard a ajuns să considere că ori de câte ori urmărim un comportament agresiv, în spatele acestuia se află o frustrare; și ori de câte ori cineva este frustrat, va manifesta agresivitate. În mod normal, în calitate de țintă a agresivității este aleasă sursa frustrării. Nu de puține ori însă, sursa frustrării este fie amorfă (de exemplu, birocrația), greu de determinat (de exemplu, starea economică, economia), fie mult prea puternică (de exemplu, șeful). În acest caz, agresivitatea nu este reprimată, ci se comută asupra unor surse alternative, eventual umane, ușor de identificat și mai slabe fizic sau social. Altfel spus, se caută și se găsește un „țap ispășitor".

Agresivitatea comutată (*displaced agression*) este ușor de pus în relație cu prejudecata: atunci când atacăm pe cineva, resimțim pe moment un afect negativ față de această persoană. Dacă, la nivelul relațiilor interpersonale, frustrările soțului „se sparg" deseori în capul soției și sunt ulterior comutate de aceasta asupra copiilor, la nivelul societății, mai ales în perioade de instabilitate socială, în calitate de țapi ispășitori sunt identificați membrii unor grupuri sociale minoritare și marginalizate.

Ipoteza frustrare-agresiune pusă în legătură cu prejudecata și discriminarea unor grupuri sociale a dat naștere *teoriei țapului ispășitor*. Apariția acestei teorii a coincis cu ascensiunea nazismului în Germania, oferind o explicație în special pentru antisemitismul manifest și agresiv care a șocat întreaga lume.

3.1.2. *Teoria privării relative (Bercowitz, 1962)*

Pornind de la ipoteza frustrare-agresiune, Bercowitz (1962) a propus o modificare a acesteia. În opinia acestui cercetător, frustrarea este o stare subiectivă şi se instalează doar atunci când scopul care nu a fost atins este foarte important pentru individ. Astfel, nu orice frustrare produce agresivitate intergrupurilor. În viziunea lui Bercowitz, resimţirea frustrării este puternic legată de acele obiective neatinse pe care individul le consideră că ar fi meritat să le obţină, datorită sentimentului că este privat de ceva ce merită sau este îndreptăţit să obţină.

3.1.3. *Teoria personalităţii autoritare (Adorno* et al., *1950)*

Dacă, potrivit teoriilor anterior discutate, orice persoană poate manifesta prejudecată şi discrimina grupurile minoritare, pentru Adorno şi colegii săi (1950), doar unii oameni sunt responsabili de aşa ceva. *Personalitatea autoritară* îşi are originea în copilărie, fiind rezultatul unor practici educative severe care au ca scop crearea dependenţei şi obedienţei afective faţă de părinţi. Ambivalenţa afectivă faţă de părinţi – ura şi dragostea pe care o resimt copiii – este stresantă în sine. Deoarece ura nu se poate transpune în agresivitate contra părinţilor, aceasta este reprimată şi canalizată spre persoane şi fiinţe mai slabe, în timp ce autoritatea (părinţii) continuă să fie adoraţi şi idealizaţi. O asemenea experienţă a ambivalenţei afective în copilărie marchează personalitatea autoritară pentru o viaţă.

3.1.4. *Teoria personalităţii dogmatice (Rokeach, 1948)*

Spre deosebire de Adorno, care a pus accentul pe dimensiunea afectivă în structurarea personalităţii, Rokeach (1948) atrage atenţia asupra stilului cognitiv pe care el îl defineşte ca fiind dogmatic. Un individ dogmatic se caracterizează prin izolarea unor credinţe şi atitudini contradictorii, rezistenţă la schimbarea acestora şi apel la autoritate pentru justificarea corectitudinii acestora.

Atât pentru identificarea personalităţii autoritare, cât şi pentru identificarea personalităţii dogmatice au fost elaborate scale de măsurare.

3.2. Perspectiva socio-culturală

Teoriile care se înscriu în această perspectivă mai sunt considerate teorii ale învăţării sociale.

Apariţia acestei perspective este legată de contribuţia teoretică şi metodologică a lui Lippman (1922) şi Katz şi Braly (1933). Pentru aceşti autori, atitudinile intergrupuri sunt o parte a culturii non-materiale. Individul este văzut nu ca o persoană având carenţe cognitive sau afective, ci mai degrabă ca un „bun cetăţean" care este socializat cu „starea lucrurilor" dintr-o anumită societate. Preluarea sau învăţarea de către individ a stereotipurilor şi prejudecăţilor sociale asigură relativa stabilitate şi perpetuarea acestora. Pentru adepţii acestei perspective, atitudinile intergrupuri sunt învăţate ca oricare alte norme. Menţinerea şi respectarea acestor norme este văzută ca fiind o expresie a respectării normelor existente la nivelul unei entităţi sociale.

3.2.1. *Teoria învăţării sociale (Bandura, 1977)*

Teoria învăţării sociale (Bandura, 1977) a fost propusă pentru explicarea modului în care comportamentele umane sunt achiziţionate, iniţiate şi menţinute în şi de contextul social.

Bandura combină într-o manieră originală principiile întăririi operante formulate de Skinner cu ideea învăţării prin imitarea modelelor.

Un comportament are tendinţa să fie repetat – devine un comportament învăţat - dacă după executarea sa este întărit printr-o recompensă. Autorii susţin însă că, pe lângă învăţarea directă, din proprie experienţă, copiii şi adulţii pot învăţa urmărind comportamentele altor persoane. În procesul unei astfel de învăţări indirecte sau observaţionale, persoanele urmărite sunt considerate modele. În *învăţarea prin modele* (*modeling*) contează observarea comportamentului şi identificarea existenţei sau absenţei recompensei. Dacă comportamentul modelului este recompensat, el are şanse să fie reţinut ca demn de urmat şi este imitat ulterior în ideea obţinerii unui beneficiu similar.

Bandura identifică trei surse majore care furnizează copilului modele comportamentale : (1) familia (modelele parentale) ; (2) subcultura în care îşi petrece majoritatea timpului (de exemplu, subcultura din cartier) ; (3) mass-media, care abundă în modele simbolice (în primul rând canalele TV).

Referitor la învăţarea atitudinilor intergrupuri, dacă manifestările deschise ale prejudecăţii sau discriminării nu sunt sancţionate sau sunt întărite prin obţinerea unor beneficii, copiii vor reţine asemenea manifestări în propriul repertoriu comportamental. Deşi astăzi, în societăţile democratice, exprimarea prejudecăţii şi discriminării negative într-o manieră directă sau evidentă este pedepsită de lege sau opinia publică, formele subtile ale acestora pot fi transmise prin imitarea modelelor.

3.2.2. *Teoria rolului social (LeVine şi Campbell, 1972)*

Exercitarea unui rol social presupune prezenţa unor anumite calităţi esenţiale. Dacă într-o societate, prin tradiţie, un rol anume este exercitat cu precădere de un anume grup social, există tendinţa de a considera caracteristicile de rol ca fiind specifice acelui grup. De exemplu, deoarece majoritatea posturilor care presupun exerciţiul puterii de stat au fost tradiţional ocupate de bărbaţi, s-a ajuns ca stereotipul pentru genul masculin să conţină calităţi precum puternic, independent, competitiv etc.

Teoria rolului social (LeVine şi Cambell, 1972) poate explica în mod similar provenienţa stereotipurilor rasiale. De această teorie se ţine cont atunci când se implementează strategii deliberate de echilibrare a procentului de persoane de culoare care sunt promovate în anumite poziţii sociale.

3.3. Perspectiva conflictului social

Atunci când, din diferite motive, între două sau mai multe grupuri se naşte un conflict, acesta determină o accentuare şi exacerbare a reacţiilor negative – cognitive (stereotipuri), afective (prejudecată) şi comportamentale (discriminare) – pe care le au membrii celor două grupuri atunci când interacţionează.

Teoriile importante pentru această perspectivă au în comun faptul că analizează situaţia relaţiilor conflictuale dintre grupuri şi încearcă identificarea soluţiilor pentru rezolvarea acestora. Cele mai importante contribuţii din această perspectivă sunt reprezentate de teoria conflictului real (Sherif *et al.*, 1961) şi ipoteza contactului (Allport, 1954).

REZUMAT

- În funcţie de obiectul atitudinal, atitudinile pot fi împărţite în atitudini sociale (reprezentări sociale), atitudini interpersonale (relaţii) şi atitudini intergrupuri.
- Atitudinile intergrupuri au o componentă cognitivă (stereotip), una afectivă (prejudecata) şi o dimensiune comportamentală (discriminarea).
- Stereotipul şi prejudecata fac parte din categoria reprezentărilor mentale complexe numite scheme de grup.
- Atitudinile intergrupuri pot fi deopotrivă pozitive şi negative, lucru valabil pentru fiecare dimensiune a acestora
- Măsurarea atitudinilor intergrupuri se realizează în maniere diferite, dictate în special de modul în care sunt definite componentele acestora.
- Teoriile despre atitudinile intergrupuri pot fi grupate după cum preferă să evidenţieze contribuţia personalităţii (perspectiva psihodinamică), cea a învăţării sociale (perspectiva socio-culturală) sau natura relaţiilor între grupuri (perspectiva conflictului social) ca fiind surse primare pentru geneza şi menţinerea stereotipurilor, prejudecăţilor şi discriminării.

Întrebări şi teme de reflecţie

1. Cum poate fi îmbunătăţită metoda identificării vizuale propusă de Rice (1926) pentru măsurarea conţinutului stereotipului? Cum aţi fi procedat în locul lui Rice fără a renunţa la utilizarea pozelor?
2. Pe o foaie de hârtie scrieţi cuvântul „puşcăriaş". Încercaţi să enumeraţi cât mai repede cuvinte sau sintagme asociate cuvântului-stimul. Reveniţi asupra materialului produs încercând să stabiliţi valenţa acelor cuvinte sau sintagme, marcând cu „ + " asociaţiile pozitive şi cu „–" asociaţiile negative. Cum credeţi că se va comporta cineva care realizează angajarea pentru un post când cazierul evocă eticheta „puşcăriaş", activând conţinuturi cognitive şi afective similare celor pe care le-aţi obţinut?
3. Revedeţi metodele de măsurare a atitudinilor şi încercaţi să oferiţi pentru fiecare câte o definiţie personalizată a ceea ce măsoară ele: după caz, pentru prejudecată sau stereotip.

Lecturi recomandate

Bourhis, R.Y. ; Leyens, J.-Ph. (coord.) (1997). *Stereotipuri, discriminare şi relaţii intergrupuri.* Iaşi : Polirom.

Sanitionso, R.B. ; Brown, M.B. ; Lungu, O. (1999). *Cogniţie socială. Manual pentru studenţi.* Iaşi : Eurocart. Capitolul 5 – „Schemele de grup", 75-95.

Bibliografie

Adorno, T.W. ; Frenkel-Brunswik, E. ; Levinston, D.J. ; Sanford, R.N. (1950). *The Autoritarian Personality*. New York : Harper & Row.

Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.

Bercowitz, L. (1962). *Aggression : A Social Psychological Analysis*. New York : McGraw-Hill.

Bogardus, E.S. (1925). Measuring social distances. *Journal of Applied Sociology*, 9, 299-308.

Brigham, J.C. (1971). Etnic stereotypes. *Psychological Bulletin*, 76, 15-38.

Dollard, J. ; Doob, L.W. ; Miller, N.E. ; Mowrer, O.H. ; Sears, R.R. (1939). *Frustration and Aggression*. New Haven, CT : Yale University Press.

Gardner, R.C. (1973). Etnic stereotypes : The traditional approach, a new look. *The Canadian Psychologist*, 14, 133-148.

Fazio, R.H. ; Jackson, J.R. ; Dunton, B.C. ; Williams, C.J. (1995). Variability in automatic activation as an unobtusive measure of racial attitudes : A bona fide pipeline? *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 1013-1027.

Fazio, R.H. ; Sanbonmatsu, D.M. ; Powell, M.C. ; Kardes, F.R. (1986). On the automatic activation of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 229-238.

Katz, D. ; Braly, K. (1933). Verbal stereotypes and racial prejudice. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, 204-210.

LeVine, R.A. ; Campbell, D.T. (1972). *Etnocentrism : Theories of Conflict, Etnic Atitudes and Group Behavior*. New York : Wiley.

Lippman, W. (1922). *Public Opinion*. New York : Harcourt & Brace.

McConahay, J.B. (1986). Modern racism, ambivalence, and the modern racism scale. In J.F. Dovidio, S.L. Gaertner (eds.). *Prejudice, Discrimination, and Racism*. Orlando, FL : Academic Press, 91-125.

McCouley, C. ; Stitt, C.L. (1978). An individual and quantitative measure of stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 195-208.

Rice, S.A. (1926-1927). Stereotypes, a source of error in judging human character. *Journal of Personnel Research*, 5, 267-276.

Rokeach, M. (1960). *The Open and Closed Mind*. New York : Basic Books.

Concepte-cheie

Agresivitate comutată – agresivitatea care, deşi cauzată de un alt factor, este canalizată spre o altă ţintă.

Discriminare – consecinţa comportamentală a aplicării prejudecăţii şi stereotipului: un tratament al persoanei doar în baza apartenenţei sale la un grup sau o categorie socială.

Discriminare evaluativă – discriminare ce se manifestă la nivelul evaluării comparative a două grupuri în baza aceleiaşi caracteristici.

Învăţare prin modele – o modalitate de a învăţa prin observarea şi imitarea comportamentul altor persoane.

Personalitate autoritară – o constelaţie de caracteristici care include în special respect şi obedienţă faţă de autoritate, tendinţa de a manifesta agresivitate comutată faţă de persoane mai slabe fizic sau social, intoleranţă faţă de ambiguitate şi incertitudine.

Prejudecată – reacţia afectivă faţă de membrii unui grup sau unei categorii sociale.

Prejudecată consensuală (socială) – reacţie afectivă faţă de un anume grup sau categorie socială, care este împărtăşită la nivelul unei colectivităţi sau în societate.

Prejudecată personală – prejudecata pe care o are o anume persoană faţă de un grup sau o categorie socială.

Rasism aversiv – manifestarea stereotipurilor, prejudecăţilor şi discriminării negative în manieră deschisă, afişate direct.

Rasism simbolic, rasism ambivalent, rasism modern – forme de manifestare a rasismului în mod indirect, prin prisma unor judecăţi stereotipice sau comportamente mascate.

Schemă – structura cognitivă care reprezintă cunoştinţele despre un concept sau categorie de stimuli, inclusiv atributele şi relaţiile între aceste atribute; constituie un set de cogniţii intercorelate (gânduri, credinţe, atitudini) care ne permit o percepere semantică rapidă a unei persoane, situaţii, eveniment etc. pornind de la informaţii sumare.

Schemă de grup – structura cognitivă care reprezintă cunoştinţele descriptive şi prescriptive despre membrii unui grup sau categorii sociale.

Stereotip – o serie de caracteristici considerate relevante pentru a descrie membrii aparţinând unui grup sau unei categorii sociale.

Stereotip consensual (social) – stereotipuri împărtăşite de membrii unei populaţii sau la nivelul societăţii.

Stereotip personal – stereotipul pe care îl are un anume individ în raport cu un grup.

Teoria ţapului ispăşitor – frustrările ce se acumulează la nivelul unei societăţi determină căutarea „vinovatului” în aşa fel încât grupurile minoritare devin responsabile şi persecutate pentru tot răul social.

Secţiunea a VI-a

PROCESE COLECTIVE

- **Gândirea socială**
- **Reprezentări sociale**
- **Memoria socială**

Gândirea socială

Adrian Neculau

În comportamentele lor cotidiene, oamenii nu utilizează un limbaj ştiinţific şi nici nu recurg la procedee logice pentru a-şi demonstra teoriile. Procesele lor cognitive sunt adânc influenţate de **cunoaşterea socială**, de **interacţiunile** cu alţi subiecţi, de stimulii care provin din **câmpul social** (Beauvois, 1999).

Cogniţiile au un puternic caracter social prin faptul că sunt ataşate de obiecte cunoscute, de un context, de un mod de producţie. „Obiectele" pot fi alţii, grupurile, individul însuşi, socialmente situat (Haas şi Jodelet, 1999). Cogniţiile umane posedă deci o caracteristică specifică : ele nu sunt rupte de condiţiile în care s-au format, ci se nasc şi se dezvoltă într-un mediu social caracteristic, într-un context social şi cultural care generează inserţia socială a individului ; orice modificare, orice schimbare a structurii individuale încorporează şi situaţia câmpului social, configuraţia evenimentelor care le-au generat. Universul cognitiv uman traduce rezultatele tratamentului la care a fost supus subiectul social ; integrarea lui în evenimente prezintă proprietăţi care se menţin în memoria individuală cu semnificaţia pe care au avut-o atunci când au fost incorporate. Şi atunci dezvoltarea structurilor cognitive individuale nu poate ignora practicile sociale frecvent utilizate, tipurile de interacţiuni sociale, apartenenţa categorială, normele şi valorile puse în evidenţă în procesul de învăţare. Desfăşurate în anumite condiţii sociale (uneori de opoziţie, presiune, confruntare sau conflict), procesele de învăţare sunt marcate de caracteristicile câmpului social. Cunoaşterea este socială, crede M. Rouquette (1994), pentru că este produsă de o configuraţie social-istorică dată şi pentru că aceasta avansează practici colective, organizate tematic, conferind realităţii un sens anume, construind modele de abordare relativ abstracte, „independente".

Este oportun să invocăm aici şi contribuţia Şcolii de psihologie socială genetică de la Geneva (Doise, Mugny) privind dezvoltarea socială a inteligenţei. Aceasta confirmă afirmaţiile de mai sus. Potrivit acestei teorii, dezvoltarea cognitivă se explică prin intervenţia factorilor socio-relaţionali ; progresul intelectual, observabil şi măsurabil, se datorează interacţiunilor într-o situaţie dată, unui anumit context stimulator. Cercetările grupului de la Geneva s-au soldat cu o concluzie importantă : evoluţia cognitivă nu poate fi disociată de mediul social în care individul este plasat. Structurile cognitive se dezvoltă nu numai prin maturizare şi exerciţiu individual, ci şi prin - sau mai ales - **transmisie socială şi interacţiune cu ceilalţi**. Învăţarea este deci **social-cognitivă**, între interacţiunea socială şi dezvoltarea cognitivă existând o legătură cauzală. Individul structurează progresiv raporturile sale cu mediul, iar dobândirea experienţei constituie un factor fundamental în dezvoltarea inteligenţei sale. Experienţa poate însemna şi confruntarea punctelor de vedere cu alţii, sub forma unui **conflict socio-cognitiv**. Conflictul - provocând adesea tensiuni, chiar destructurare sau dezechilibru - este în final sursă de schimbare pentru individ, ca şi pentru sistemul social în care acesta evoluează. Iar tot acest proces este provocat de interacţiunile dintre indivizi, de schimburile de informaţii, idei, credinţe dintre aceştia.

Procesul nu se opreşte însă doar la învăţare. Individul care cunoaşte este supus unor diverse influenţe sociale, prin **socializare**, **inserţie socială** sau distribuirea unei **identităţi sociale**. Prin socializare se nasc similitudini, dar şi diferenţieri între membrii unei comunităţi sau unui grup ; prin învăţare socială şi adaptare permanentă, individul îşi modifică mereu conduita pentru a răspunde aşteptărilor celorlalţi, pentru a se articula unor convenţii sociale şi a interioriza norme şi valori culturale, reguli şi cutume. El experimentează diferite stiluri de exprimare, achiziţionează scopuri, credinţe, teorii, atitudini ce-i permit să funcţioneze articulat la relaţiile interpersonale şi sociale, încorporând stilul cognitiv promovat de comunitate. Din perspectiva disciplinei noastre, socializarea nu înseamnă doar presiunea mediului asupra individului, care exercită un control extern şi-i satisface nevoia de învăţare de modele şi roluri, de comunicare şi de includere, ci şi influenţa actorului social asupra mediului său. Achiziţiile sunt interiorizate, devin parte integrantă a aparatului cognitiv, instaurând instanţe de control, şi se exprimă prin interiorizarea modului de funcţionare a sistemului social, dar, în acelaşi timp, individul încearcă să schimbe modul de funcţionare a contextului în care el evoluează. Influenţa nu este unidirecţională, dinspre context către individ, ci presupune reciprocitate. Individul se construieşte pe sine, îşi afirmă identitatea prin raportare la alţii, la societate, prin interacţiune cu socialul ; el interiorizează norme, aderă la valorile propuse, este „impregnat" de contextul social larg, dar şi livrează mediului său rodul interpretărilor sale. Interacţiunea prelungită cu idei şi practici culturale specifice fac ca socialul să „pătrundă" în substanţa personalităţii sale, să transfere în portofoliul propriu idei, atitudini şi practici, până la construirea rolului social corespunzător şi implicarea ca actor social. Socialul oferă o identitate-tip, individul rezistă un timp, apoi o asimilează şi îşi construieşte versiunea proprie, în limitele acestei matrice. Apoi face eforturi să perfecţioneze socialul care a devenit acum al său, să-l schimbe. El tinde să joace un Rol Social, fiind chemat să devină un Actor Social activ în construirea socialului.

Prin ancorare socială şi interacţiune, identitatea individului exprimă o reprezentare unificatoare a existenţei, a practicilor sociale. Deci identitatea actorului social nu este nici numai personală, nici numai socială, ea regrupând subiectivitatea şi obiectivitatea, individualul şi socialul. Marisa Zavalloni (1973) a propus o sintagmă care exprimă foarte bine ideea de interacţiune în construirea identităţii : **identitatea psihosocială**. Aceasta este rezultatul intersecţiei socialului (reprezentat de grupuri, instituţii, colectivităţi) cu individualul, reunind reprezentarea de sine şi de alţii. Este o sinteză între esenţa individuală şi caracteristicile unei culturi, între aptitudinile personale şi rolurile sociale ale individului.

Din cele spuse până acum rezultă că rolul hotărâtor în dezvoltarea cognitivă şi socială a individului este determinat de caracteristicile sociale şi culturale ale mediului său. La acesta se raportează individul în eforturile sale adaptative, acesta îi furnizează informaţii decisive şi-l stimulează să le încorporeze. Mediul îi livrează însă nu doar cunoştinţe, ci şi modul de interpretare a acestora.

Am ajuns acum într-un punct decisiv al demonstraţiei noastre. Informaţia cu care este alimentat subiectul social nu este obiectivă, neutră, logică, tehnică, „raţională", ci atinsă de zvonuri, credinţe, ideologii, practici magice furnizate de contextul social (Guimelli, 1999). Este o informaţie prelucrată de context, adaptată caracteristicilor acestuia. Adesea ea este insuficientă şi iraţională, unori aberantă, distorsionantă, deviată de erori de apreciere. Cum se întâmplă acest lucu ? Recent, Catherine Garnier (2002) oferă o interpretare plastică a modului în care gândirea socială se instalează şi se localizează în individ : spaţiul social în care evoluează individul este investit de către cultură şi imbibat de gândirea socială ; gândirea e „secretată" de creier în maniera în care ordinatorul tratează informaţia cu care este servit. Selectarea stimulilor, obiectivelor, evenimentelor cu care individul vine în contact îl ancorează social, iar **gândirea sa este marcată** de aceste influenţe. Localizată, gândirea devine controlabilă, gestiunea sa putând fi atunci realizată ca şi cum am avea de-a face cu un mecanism, fie el şi social. **Contextul social filtrează informaţiile şi evenimentele** şi le livrează în funcţie de idei, reprezentări sociale sau practici sociale agreate de către acesta.

În ultimul timp se discută mult despre modul în care se construieşte socialul, despre **gândirea socială** ca *un alt tip de gândire* decât gândirea logică sau despre **logica socială** a cunoaşterii (revista de psihologie socială *Connexions* a dedicat recent un număr tematic acestui subiect, iar Editura Polirom a tradus o carte interesantă, coordonată de profesoara Ewa Drozda-Senkowska, de la Universitatea Paris V, despre *Capcanele raţionamentului* sau modul în care raţionamentele noastre sunt distorsionate de aparenţe sau de „verosimil").

Gândirea noastră, judecăţile pe care le emitem zilnic sunt determinate nu atât de subiectul care transmite mesajul sau de circumstanţele în care o face, ci de **„gândirea socială" şi de contextul** în care el îşi înscrie discursul.

Cu alte cuvinte, logicii formale i se substituie o **logică naturală**, subiectului optimal – **un subiect social** : a) primul produce idei şi face demonstraţii logice care nu depind de normele admise, ci au un grad ridicat de invarianţă ; b) al doilea gândeşte prin interacţiune cu interlocutorul, îşi poate schimba discursul, se articulează celuilalt (Guimelli, 1999).

Adeseori, logicii, raţionalităţii, obiectivităţii i se opune **o gândire marcată de credinţe, zvonuri, ideologii**, practici magice, explicând realitatea într-o manieră care, pentru omul de ştiinţă, apare ca fiind cel puţin absurdă. De o parte performanţa şi eficacitatea, de cealaltă – insuficienţa şi iraţionalitatea.

Omul gândeşte în „bias", adică în clin, pieziş, adesea pe de lături, superficial – uneori chiar distorsionant, aberant. De unde ideea că **subiectul social nu se confundă cu subiectul optimal**. El face adesea greşeli, nu judecă bine. **Gândirea socială este deci o gândire autonomă şi specifică**, independentă de gândirea raţională, dar coabitând cu aceasta, în contexte sociale particulare.

Gândirea socială este organizată în structuri ferme, livrate de lumea exterioară, şi filtrează sau integrează informaţiile şi evenimentele în funcţie de confirmarea sau infirmarea care vine din exterior, de grila de lectură pe care au achiziţionat-o prin formarea şi participarea la această lume.

Deşi are o coerenţă interioară, **gândirea subiectului social este marcată de valori, norme, fapte** cu care a venit în contact în experienţa sa de viaţă, scrie Guimelli. Adesea este distorsionată afectiv, influenţată de părerile celorlalţi, de ideile pe care le împărtăşeşte împreună cu alţii. Subiectul a încorporat aceste influenţe atât de adânc, ele devin atât de mult proprietatea sa încât, adesea, el le crede produsul său. Semnul sigur al acestui tip de „achiziţie" este exprimat în fermitatea cu care individul îşi expune „părerea sa".

Specific acestui tip de gândire este faptul că, în operaţiile cognitive, se utilizează credinţele colective şi reprezentările sociale pe care individul le-a dobândit frecventând un anumit context social, ideologic şi situaţional. **Implicarea ideologică, raporturile sociale** influenţează capacitatea individului de a judeca şi evalua, **marchează dezvoltarea sa cognitivă**. Gândirea socială este deci impregnată de istoria morală, economică, culturală a grupului social, o ancorează, o particularizează. *Homo sapiens* este totodată şi un „homo socius" (Berger şi Luckman, 1999).

Adeseori individul nu reţine decât ceea ce vine în cosonanţă cu ceea ce ştie. El are nevoie de coerenţă şi deci respinge argumentele pe care nu le poate înţelege, chiar dacă sunt „raţionale". El are o logică, dar logica sa este diferită de logica raţională.

„Impregnarea" acestuia se realizează prin **experienţele sale în cadrul grupului social**, prin **comunicarea socială** (transmisie orală, interacţiuni verbale sau mediatice) şi prin **limbajul natural**, cotidian, expresie a cunoaşterii spontane „naive", pe care Moscovici (1984) o mai numeşte şi „sens comun", oferindu-i un statut apropiat de cunoaşterea ştiinţifică. **Sensul comun** este un alt fel de cunoaştere, fondată pe tradiţie şi credinţe împărtăşite, pe observaţie şi experienţe, sancţionată de practică. El este înmagazinat în limbaj, în spiritul colectiv, în imagini şi legături mentale, într-o cunoaştere comună sub semnul lui „fiecare ştie" sau „toţi ştim". Această „gândire naturală", cum o numeşte Moscovici, elaborată social, stabileşte o corespondenţă între „ordinea gândirii" şi „ordinea socială", sub impactul practicilor sociale, al vieţii curente, al interacţiunilor actorilor sociali.

Se poate deci conchide că gândirea naturală este o gândire socială? Valerie Haas şi Denise Jodelet (1999) găsesc că se poate deduce **caracterul social al gândirii naturale** ţinând seama de patru proprietăţi ale acesteia: a) *extensiunea*, adică împărtăşirea unei idei, credinţe etc. de către un grup social sau profesional, apartenenţa, adeziunea până la dobândirea identităţii sociale; b) *modul de elaborare*: prin conversaţie, comunicaţii interindividuale sau prin sisteme de relaţii şi raporturi sociale. Ele sunt – ambele – marcate social (Doise, 1990), sunt subordonate dinamicii sociale, se supun unor reguli, norme, scenarii specifice diferitelor situaţii sociale: c) *funcţiile* sale sunt acelea de a orienta comunicările şi acţiunile actorilor sociali, de a stabili o viziune comună asupra realităţii, de a exprima grupul, de a justifica comportamentele sociale; d) gândirea naturală, ca şi gândirea socială, este orientată practic, constituind un *ghid de acţiune*, generează reguli, competenţe, moduri de interpretare, dirijează „atenţia selectivă" a individului.

Gândirea socială nu este o gândire în opoziţie cu cea raţională, cum s-ar putea crede. Ea este mai degrabă o capacitate de acomodare cu cunoscutul şi un efort de ignorare sau respingere a contradictoriului. Logica socială este susţinută de legăturile sociale, ea având tendinţa să justifice, să favorizeze, să salvgardeze o stare socială acceptată.

O caracteristică a logicii sociale este **predominanţa afectivului asupra intelectului. Faptele, valorile, aspectele normative pălesc în faţa raţionalului**; părerile celorlalţi au valoare mai mare decât o părere autorizată.

Deşi este mai puţin aptă să analizeze şi să conceptualizeze, gândirea socială este mai **prezentă** decât cea raţională. Evaluăm situaţiile, întreprindem operaţii cognitive utilizând ca suport credinţele colective şi reprezentările sociale.

Ce aduce nou abordarea psihologică în dezbaterea asupra mecanismelor de funcţionare a fundamentelor gândirii, a spiritului uman? Variabila nouă este ceea ce noi, psihosociologii, numim **raporturile sociale**. Implicarea ideologică în dezvoltarea cognitivă a deschis o nouă şi pasionantă pistă de cercetare: baza socială a capacităţii de a judeca şi evalua, logica socială a cunoaşterii. **Contextul social** joacă un rol hotărâtor în modelarea minţii umane care judecă, evaluează.

Contextul poate fi **imediat**, **concret**, **situaţional** sau **global**, **ideologic**, legat de istoria grupului. El influenţează gândirea, o marchează, dar şi determină practicile sociale. Contextul are rol „mobilizator", polarizează, provoacă consemne – de exemplu, poate determina conformism, gândire stereotipă, naşte structuri cognitive (scheme cognitive de bază) care pot fi controlate din exterior şi manipulate. Istoria morală, economică, culturală, ideologică impregnează gândirea socială, o particularizează şi o ancorează. Influenţa contextuală facilitează un **anumit tip de comunicare**, determină construirea unui **anumit tip de discurs**, delimitează marja de reflecţie, oferă repere pentru decizii. Deci raţionamentele cognitive sunt insuficiente pentru a explica modul în care gândeşte omul într-o situaţie concretă, particulară.

Gândirea elaborată social se converteşte în mai multe modalităţi de exprimare. Una ar fi *reprezentările sociale*, care se alimentează din mediul uman, social şi material. Ele sunt, scrie Moscovici în 1961, „aspecte ale mediului social", sunt produse de contextul social, sunt generate colectiv. Doise (1990) a exprimat foarte bine complexitatea raportului cu socialul: ele joacă un rol important în menţinerea raporturilor sociale, sunt fasonate de aceste raporturi şi vehiculează – uneori direct, dar cel mai adesea indirect – o anumită cunoaştere (competenţă) socială. Să mai adăugăm doar că reprezentările sunt marcate social de condiţiile şi contextul din care emerg, de modul în care circulă, de funcţiile pe care le primesc în interacţiunile cu lumea şi cu alţii (Jodelet, 1984), şi avem un suport satisfăcător pentru demersul nostru.

Vom invoca acum discuţiile recente privind „efectul contextului" asupra reprezentărilor sociale (Abric şi Guimelli, 1998). S-au identificat două tipuri de contexte (sau două paliere) care influenţează dezvoltarea reprezentărilor sociale ale individului: a) **contextul social-global**, pe care Abric şi Guimelli îl numesc ideologic (legat de istoria grupului sau comunităţii) şi care situează individul într-un câmp social dat; şi b) **contextul imediat** situaţional, determinat de situaţiile concrete, de raporturile în care individul este plasat. La rândul său, Rouquette (1998) a identificat trei etaje ale acestui sistem complex pe care-l numim context social: la primul nivel s-ar situa opiniile, la nivelul superior – atitudinile şi reprezentările sociale. La etajul superior s-ar regrupa şi organiza ideologiile generate şi „acoperite" de diferite arhetipuri şi de memoria reziduală. Ideologia ar juca în acest sistem rolul de principiu generator sau integrator ultim al producţiilor gândirii sociale. El spune : ceea ce conferă valoare ansamblului reprezentărilor sociale este ideologia, ca sistem de idei generice care dau o ultimă justificare luării de poziţie, pe baza valorii ireductibile şi a schemei de cunoaştere, care are – pentru individul consumator – valoare universală şi este evidentă.

Contextul social-global, ideologic, precum şi contextul imediat, situaţional construiesc aşadar împreună o anumită **realitate social-istorică** în care-l „învelesc" pe individ, invitându-l să prelucreze o anumită informaţie şi să-şi formeze anumite imagini, credinţe, reprezentări. Dacă-şi alimentează reprezentările dintr-un context dat, individul (grupul) va „învăţa" anumite semnificaţii şi interpretări ale fenomenelor sociale şi va construi anumite modele de organizare a cunoştinţelor.

Abric şi Guimelli ne oferă un bun punct de pornire : **sistemul central al reprezentărilor** este direct determinat de *contextul ideologic şi istoric* al grupului (sau comunităţii). El este marcat de memoria colectivă şi prin sistemul de norme practicate. Contextul global induce norme de conduită, marchează situaţiile, determină grilele de evaluare, mobilizează şi/sau polarizează actorii sociali. În fine, produce o anumită „logică socială" care orientează activitatea cognitivă a individului, îl familiarizează cu „normalul", îl ajută să raţionalizeze informaţia din mediu subordonând-o concepţiei de bază şi-l îndrumă să respingă „anormalul", excepţia. Contexul imediat traduce această viziune globală în practici curente, învăţându-l pe beneficiar să aplice schema generală în situaţii concrete.

Mai apropiată de realitatea la care ne referim, Ivana Markova spune explicit: reprezentările sociale se formează, se menţin şi evoluează într-un context socio-cultural şi istoric, de-a lungul unei lungi perioade. Ele se transmit de la o generaţie la alta, pe căi variate, fie informale (ca socializarea, practicile cotidiene, memoria colectivă, comportamentele individuale şi interacţiunile lor sau comunicarea simbolică), fie instituţionale (ca limba, educaţia, sistemele legale).

Reprezentările sociale îşi au deci rădăcinile în taxonomii comune, în categorizări sau diferite *themata*. O cercetare realizată de Ivana Markova asupra modului în care îşi construiesc subiecţii ideea de recunoştere socială probează felul în care reprezentările sociale sunt „înrădăcinate" în viaţa individului. Subiecţii chestionaţi manifestau o gândire opoziţională, exprimându-şi dorinţa de a fi recunoscuţi, de a li se accepta identitatea. Ei se situau întotdeauna de partea „pozitivă", considerând că „alţii" nu merită să fie identificaţi la fel. Refuzau „recunoşterea socială" a altora ; revendicau poziţia pozitivă pentru ei înşişi, refuzând acelaşi tratament altora. Recunoaşterea socială, crede Markova, implică unele caracteristici ale individului sau grupului ca vizibilitatea, identitatea, individualitatea, demnitatea, felul de a fi ascultat, de a fi capabil să influenţeze schimbarea socială sau de a atribui această capacitate altuia. Recunoaşterea socială – iată o bună explicaţie – este *themata* de bază care generează reprezentările sociale. Iar *themata* se transmite prin memoria colectivă, aşa cum demonstrează Moscovici şi Vignaux : toate discursurile noastre, reprezentările „vin" din alte discursuri şi alte reprezentări elaborate înainte de noi ; uneori în afara noastră, dar pentru noi. Am prezentat un caz particular în care contextul global, ideologic, precum și cel imediat, situațional a determinat în societatea comunistă totalitară formarea și dirijarea reprezentărilor sociale.

Altă modalitate prin care se exprimă gândirea socială este *memoria socială* elaborată și de mediul social și cultural, de contextul istoric și politic. Dacă personalitatea umană se construiește social, prin socializare și internalizare, și suportă presiunile ideologicului, înseamnă că memoria socială nu se poate sustrage acestui mod de reproducere. Societatea propune modele de interpretare a evenimentelor, „perceperii fundamentale", iar indivizii, prin relațiile pe care le stabilesc între ei, prin schimbul de idei și prin mecanismele de trasmisie socială, fac ca amintirile să fie împărtășite și de către alții, de comunitate, să devină un bun comun, să formeze memoria colectivă a societății. Memoria socială depinde de un „anturaj social" (am folosit aici formularea lui Halbwachs) care reunește grupul (sau grupurile, comunitatea) și mediul (sau contextul) în care a evoluat individul. Elaborată în interiorul unei anumite gândiri sociale depinzând de experiențele comune dobândite într-un context dat, memoria socială este condiționată de mediul care formează „anturajul" individului, de coordonarea experiențelor sale sociale cu ale celorlalți, de ancorarea socială și culturală într-un cadru social-politic. Prin memoria socială, grupul transmite o semnificație, un mesaj, ethosul comun împărtășit și de către ceilalți. Grupul creează o istorie comună, comunică și transmite amintiri publice și reprezentări colective, naturalizează faptele, dându-le coerență, unitate și sens. Memoria socială este, desigur, ca și în cazul reprezentărilor, o construcție selectivă, o schematizare structurantă ancorată în prezentul care propune consemne de recunoștere.

Încheiem acest paragraf cu o precizare: contextul nu trebuie înțeles în sens mecanic, ca un prezent care domină și comandă gândirea socială, ca o prezență politică ce dirijează ideologic o populație dată. Uneori prezentul este sufocat de reprezentări sociale și de o memorie socială construite într-un alt context, anterior, fixat adânc, imposibil de dislocat printr-un discurs direct, chiar dacă bine țintit. Uneori, în pofida discursului oficial, gândirea socială este articulată unui discurs precedent, mai puternic și mai „actual" decât prezentul încă neconsolidat.

Bibliografie

Abric, J.-C.; Guimelli, C. (1998). Représentations sociales et effets de contexte. *Connexions*, 72 (2).

Berger, P.; Luckman, T. (1999). *Construirea socială a realității*. București: Univers.

Beauvois, J.L. (1999). Les composants collectives de la personne. În J.L. Beauvois, N. Dubost, W. Doise. *La construction sociale de la personne*. Grenoble: PUG.

Doise, W. (1990). Les représentations sociale. În G. Bonnet, G. Ghiglione, J.F. Richard (eds.). *Psychologie cognitive* (vol. 3). Paris: Bordas.

Doise, W.; Mugny, G. (1998). *Psihologie socială și dezvoltare cognitivă*. Iași: Polirom.

Drozda-Senkowska, E. (1998). *Capcanele raționamentului*. Iași: Polirom.

Garnier, C. (ed.) (2002). *Les formes de la pensée sociale*. Paris: PUF.

Guimelli, C. (1999). *La pensée sociale*. Paris: PUF.

Haas, V. ; Jodelet, D. (1999). *Pensée et mémoire sociale*. În J.P. Petard (ed.). *Psychologie sociale*. Paris : Breal.

Markova, I. (1999). Sur la reconnaissance sociale. *Psychologie et société*, 1.

Moscovici, S. (1961). *La psychanalise, son image et son publique*. Paris : PUF.

Moscovici, S. ; Hewstone, M. (1984). De la science au sens comun. În S. Moscovici. *Psychologie sociale*. Paris : PUF.

Moscovici, S. ; Vignaux, G. (1994). Le concept de „themata". În G. Guimelli (ed.). *Structures et transformations des représentations sociales*. Lausanne : Delachaux et Niestlé.

Rouquette, M. (2002). *Despre cunoaşterea maselor. Eseu de psihologie politică*. Iaşi : Polirom.

Rouquette, M. (1998). *La communication sociale*. Paris : Dunod.

Reprezentări sociale

Adrian Neculau, Mihai Curelaru

PREFAŢĂ

În acest capitol vom aborda noţiunile fundamentale şi principalele direcţii de cercetare în cadrul teoriei reprezentărilor sociale (TRS). Ne vom ocupa, pentru început, de împrejurările în care a apărut şi s-a dezvoltat această teorie. Vom face apoi o serie de aprecieri privind varietatea obiectelor reprezentării, aşa cum se reflectă aceasta în cercetările actuale. O secţiune importantă va fi destinată prezentării aspectelor care ţin de funcţionalitatea reprezentării sociale (RS), respectiv procesele fundamentale de geneză, componentele, funcţiile şi formele de manifestare a RS. În următoarea secţiune vom aborda problema structurii RS, aducând în atenţie două modele explicative: ipoteza structurală şi aceea a principiilor organizatoare de luări de poziţie. Capitolul se va încheia cu o privire succintă asupra modului în care o RS se transformă sub impactul practicilor, ideologiei şi contextului.

Reprezentări sociale ale SIDA

„Când a apărut SIDA, acum 10 ani, mass-media şi conversaţiile au acaparat acest rău necunoscut şi straniu, a cărui proximitate nu se vădise încă. A fost mai întâi descris în formele sale tragice şi fatale. Apoi s-a aflat pe cine atinge şi s-a pus întrebarea cum şi de ce. Înainte ca ştiinţa să aducă unele clarificări asupra naturii sale, oamenii au elaborat «teorii», sprijinindu-se pe datele de care dispuneau cu privire la cei infestaţi (homosexuali, drogaţi, hemofili, transfuzaţi) şi vectorul (sânge) al răului. Ceea ce se ştia despre transmiterea bolii şi despre victimele sale a favorizat, mai ales, apariţia a două concepţii: una de tip moral şi social, cealaltă de tip biologic, având fiecare o incidenţă evidentă asupra comportamentelor, în relaţiile intime sau faţă de persoanele atinse de boală. În primul tip de interpretare, SIDA este considerată o boală-pedeapsă ce loveşte licenţa sexuală. Markova şi Wilkie (1987) au relevat astfel din presă expresii prin care SIDA, aşa cum a fost sifilisul (Quetel, 1986), este considerată efectul unei societăţi permisive, o condamnare a «conduitelor degenerate», pedeapsă a «iresponsabilităţii sexuale», pedeapsă de care «bunii creştini ce nu visează să se comporte cum nu trebuie» sunt scutiţi. [...] Această viziune morală face din boală un stigmat social care poate antrena ostracizare şi respingere, iar din partea celor care sunt astfel stigmatizaţi sau respinşi, supunere sau revoltă. […] Un alt aspect al bolii s-a răspândit, de la început, în public, şi anume transmiterea ei prin sânge sau spermă, dând naştere unei viziuni biologice deosebit de neliniştitoare : contaminarea s-ar face şi pe calea altor lichide corporale decât sperma, mai ales saliva şi sudoarea. Sunt reactivate aici credinţe mai vechi a căror vigoare am putut s-o constat în legătură cu reprezentarea afecţiunilor mentale (Jodelet, 1989). Aceste credinţe, în care se regăseşte urma teoriei umorilor, raportează contaminarea prin lichidele corporale la osmoza lor cu sângele şi sperma. Acelaşi lucru se întâmplă în cazul bolii mintale, a cărei degenerescenţă afectează nervii, sângele şi se transmite prin salivă sau sudoare. La fel şi pentru SIDA sau sifilis, care pot contamina prin simplul contact cu secreţiile corporale sau cu obiectele pe care au fost depuse. Corbin (1977) reaminteşte la ce aberaţii au dat naştere aceste credinţe în cazul sifilisului, până şi în mediile medicale cele mai autorizate, ce elucubraţii s-au făcut în legătură cu «sifilisul inocenţilor» contaminaţi din greşeală. Aceleaşi ameninţări şi în cazul de faţă (SIDA) – şi se cunoaşte teroarea pe care a inspirat-o şi continuă s-o inspire în ciuda dezminţirilor date de corpul medical. Această resurecţie a credinţelor arhaice intervine ca urmare a lipsei de informaţie. Dar forţa ei ţine şi de valoarea simbolică : pericolul contactului corporal este, din Antichitate, o temă recurentă a discursului rasist care utilizează referinţa biologică pentru a fonda excluderea alterităţii (Delacampagne, 1983). Ce este atunci surprinzător în faptul că o mişcare ca Frontul Naţional îi uneşte sub o aceeaşi anatemă pe «imigranţi» şi pe cei atinşi de SIDA («sidaic»), plecând la război împotriva riscurilor de contagiune pe care le prezintă aceştia din urmă, preconizând măsuri de protecţie obsesive pentru personalul îngrijitor şi, pentru corpul social, măsuri de protecţie mergând până la crearea unor spaţii rezervate, printre care un «sidatoriu» cu sumbre conotaţii ? Să ne oprim o clipă asupra acestui exemplu. În orizontul social intervine un eveniment care nu ne poate lăsa indiferenţi : el mobilizează frică, atenţie şi o activitate cognitivă pentru a-l înţelege, stăpâni şi pentru a se apăra. Lipsa de informaţie şi incertitudinea ştiinţei favorizează emergenţa reprezentărilor care vor circula din gură în gură sau vor sălta de pe un suport mediatic pe altul."

(Denise Jodelet, „Reprezentările sociale, un domeniu în expansiune", in A. Neculau [coord.], *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*, Polirom, Iaşi, 1997, pp. 85-87)

1. Originea teoriei reprezentărilor sociale

1.1. De la reprezentări cognitive la RS

Teoria reprezentărilor sociale a apărut şi s-a dezvoltat în câmpul cercetărilor psihologice prin anii '60, după publicarea cărţii lui Serge Moscovici *La psychanalyse, son image et son public* (1961/1976). În această lucrare, Moscovici analizează punctele de vedere a trei tipuri de organe de presă, cu apartenenţă ideologică diferită – presa de largă difuzare, presa Bisericii Catolice franceze şi presa militantă comunistă –, asupra psihanalizei. Scopul acestui studiu a fost identificarea formelor de comunicare şi, implicit, a structurării reprezentărilor sociale care iau naştere în raporturile de comunicare dintre cei care controlează universul simbolic şi consumatorii acestor informaţii

Serge Moscovici şi contextul elaborării TRS

„Dacă discutăm despre originile ideilor mele privind reprezentările sociale, ar trebui să precizez că teoria reprezentărilor sociale este rodul vârstei mele de inocenţă. Când spun «vârsta inocenţei» mă refer la faptul că mi-am început munca de cercetare în această direcţie chiar în perioada în care mă aflam la Paris, ca refugiat. Eram student la Sorbona şi nu aveam nici cea mai vagă idee despre viitorul meu profesional, oricare ar fi fost acela. La acea vreme, psihologia socială în Franţa, ca şi în Europa, se afla abia la începuturi. Nu stabilisem nici un contact cu colegii noştri din SUA sau Marea Britanie. Îmi decideam singur lecturile şi, în plus, frecventam cursurile foarte interesante despre Kurt Lewin, susţinute de profesorul Lagache. Astfel încât mi-am imaginat singur cum ar trebui să arate psihologia socială, dar nu aveam să aflu despre ce este vorba cu adevărat decât mult mai târziu. Iată de ce afirm că teoria reprezentărilor sociale este rodul anilor inocenţei mele; o stare de inocenţă nicidecum intelectuală, pentru că, aşa cum am relatat în autobiografia mea, publicasem deja câteva eseuri împreună cu prietenii mei din România, într-o revistă de avangardă, precum şi o serie de alte articole."

(„Cum se naşte şi se dezvoltă o idee" - dialog între Serge Moscovici şi Ivana Markova, *Psihologia socială*, nr. 6/2000)

Progresele mari obţinute în dezvoltarea TRS se datorează ridicării unor obstacole epistemologice care au împiedicat dezvoltarea conceptului central de *reprezentare socială* (Jodelet, 1989). Aceste bariere au fost înlăturate de Moscovici, care a revalorizat un „concept uitat", acela al *reprezentărilor colective*, expus de Émile Durkheim în *Représentations individuelles et représentations colectives* (1898) şi *Les formes élémentaires de la vie religieuse* (1912). Însă Moscovici abordează problema în mod diferit, atât din perspectiva redefinirii obiectului, cât şi a modalităţilor de cunoaştere a acestuia. Expunem mai jos principalele diferenţe între reprezentarea colectivă şi RS, în concepţia lui Moscovici (1976/1994).

Diferenţa structurală	Reprezentarea colectivă se impune ca un fapt social *fără posibilitatea de a fi pătruns, disecat* (ca un atom într-o structură chimică sau o genă într-un organism). Pentru psihologia socială, RS este o *realitate dotată cu o structură internă* care funcţionează pe baza unor legi specifice.
Diferenţa dinamică	RS are un mecanism, *este supusă mişcării, transformării, evoluţiei*. La Durkheim, reprezentarea colectivă apare ca o *entitate statică, situată dincolo de individ* şi puţin dependentă de acesta.
Diferenţa concept-fenomen	Moscovici consideră că RS este mai *degrabă un fenomen social palpabil, real*, decât un concept, adică invers de cum se constată în scrierile lui Durkheim. „Ceea ce propun eu este să considerăm drept fenomen ceea ce a fost luat drept concept", spune Moscovici.

Diferenţa omogenitate-eterogenitate	Reprezentarea colectivă apare ca *un conglomerat, un amalgam fără un fir comun* (amestec între ştiinţă, religie, categorii ale timpului şi spaţiului, tradiţii, sentimente şi credinţe specifice anumitor grupuri sau popoare). În opoziţie cu acest mod de a pune problema, psihologia socială susţine *caracterul specific, omogen şi unitar al RS*, „ca rezultantă a topirii în creuzetul social" a tuturor acestor aspecte.
Dimensiunea modernităţii	Originea reprezentărilor colective *se află undeva în preistorie* şi astăzi ele sunt subzistente culturii noastre moderne, în care acţionează ca „un fel de ceaţă", ca „nişte stabilizatori" pentru ideile vehiculate social. Opuse lor, RS *sunt creaţii ale societăţii contemporane*, care nu beneficiază de concursul istoriei în fiinţarea lor, pentru că nu au avut niciodată timp să se stabilizeze, să încremenească.

1.2. Dezvoltarea teoriei

În 1969, Claudine Herzlich analizează reprezentările sociale ale sănătăţii şi bolii în mediul social francez. În cercetarea sa, autoarea a realizat o serie de interviuri non-directive asupra unei populaţii orăşeneşti (Paris) şi rurale (Normandia). Boala este atribuită influenţei nefaste a mediului natural, vieţii urbane, poluării, hranei nenaturale, în timp ce sănătatea este atributul oamenilor care moştenesc o bună constituţie sau trăiesc după reguli în armonie cu natura.

Mai târziu, Denise Jodelet (1989a) studiază reprezentările sociale ale unei comunităţi rurale din Franţa asupra bolilor mintale. Studiul său, cu caracter monografic (observaţii de teren, interviuri etc.), a pus în evidenţă relaţiile existente între elaborările cognitive asupra semnificaţiei bolii mintale şi comportamentele subiecţilor investigaţi.

Ulterior, TRS a suferit o serie de divizări. Astăzi se conturează cel puţin două abordări diferite ale câmpului de studiu. Pe de o parte, s-a elaborat o *orientare structurală* care accentuează asupra consensului (Abric, 1984, 1994 ; Moliner, 1988 ; Verges, 1992, 1994). Potrivit acesteia, reprezentarea socială dispune de un nucleu central, stabil şi rigid, precum şi de un sistem periferic, sensibil la context, cu rol principal în protejarea celui dintâi. Pe de altă parte, o serie de cercetători elveţieni au mers pe ideea diferenţelor în conţinuturi sau a structurării câmpului socio-ideologic şi reprezentaţional, dezvoltând *teoria principiilor organizatoare* (Doise, 1986/1997, 1990 ; Doise, Clemence şi Lorenzi-Cioldi, 1992). Există şi tendinţe unificatoare, cum este cea a modelului bidimensional elaborat de Moliner (1995).

De la apariţia ei şi până astăzi, teoria care a plecat de la ideea lui Moscovici s-a dezvoltat şi a depăşit graniţele psihologiei. Conceptul a trecut astfel în alte discipline, ca sociologia, antropologia şi istoria, dovedind din plin caracteristicile *de vitalitate, transversalitate şi complexitate* atribuite de Jodelet în 1989.

1.3. De ce RS sunt sociale?

Reprezentările sociale impregnează majoritatea raporturilor interpersonale, ele „circulă", se „încrucişează", preiau norme, modele, se alimentează din specificitatea pe care le-o imprimă societatea şi cultura noastră. Preluarea nu este însă mecanică, deoarece imaginea oferită de context este filtrată, prelucrată, încorporată. RS sunt sociale nu atât prin natura obiectului reprezentat, notează Moscovici (1986), ci mai degrabă prin natura *raportului întreţinut de individ cu obiectul în cauză*. Specificul RS este acela că nu operează o ruptură între universul exterior şi universul interior al individului sau grupului (Moscovici, 1976/1994).

TRS consideră că obiectul este descris într-un context activ, în mişcare şi este conceput de către o persoană sau colectivitate care comunică mereu cu contextul, ajustându-şi comportamentul. Deci subiectul şi obiectul nu sunt distincte. Altfel spus, stimulul şi răspunsul sunt indisociabili, formând un ansamblu. Un răspuns nu e numaidecât o reacţie la un stimul (situaţie). Individul reconstruieşte obiectul, îl reevaluează. Am putea spune chiar că obiectul nu are valoare intrinsecă, ci că există doar prin semnificaţia pe care i-o dă individul care îl pune în valoare. Reprezentarea este socială pentru că *individul însufleţeşte „realitatea obiectivă"*, şi-o apropie, o reconstituie, o integrează organizării sale cognitive, sistemului său de valori, istoriei sale, contextului său social şi ideologic. Nimic mai fals decât ideea că realitatea este „obiectivă", neutră. Ea capătă semnificaţie numai atinsă de individ.

Dar reprezentările au un caracter social şi datorită strânsei legături cu grupul, colectivitatea care a generat-o. Un prim motiv este faptul că RS *este o dimensiune a grupurilor sociale*. RS nu poate exista în afara grupului, independent de acesta. Grupul este purtătorul informaţiei, depozitarul şi propagatorul acesteia. Un alt motiv este procesul de producere a reprezentărilor, pentru că *reprezentarea socială este produsă, generată colectiv*. Dar nu este suficient să definim agentul care o produce, ci trebuie să arătăm şi scopul pentru care este produsă. De aceea apare un al treilea motiv, *funcţiile îndeplinite de reprezentările sociale*, mai cu seamă acelea de formare a conduitelor şi de orientare a comunicărilor sociale.

2. Definirea reprezentării sociale şi delimitările conceptuale

2.1. Mai multe definiţii

Nu există o definiţie pe deplin acceptată a RS. Potrivit lui Doise (1997), dificultăţile se datorează polisemiei extraordinare a termenului, varietăţii mari a metodelor de abordare la nivelul structurii, situării la intersecţia mai multor ştiinţe şi slabelor delimitări conceptuale. Însuşi autorul acestei teorii a ezitat să ofere o definiţie completă a conceptului, pentru a nu îngrădi dezvoltările sale ulterioare.

Pentru Moscovici, RS reprezintă un *ansamblu structurat de valori, noțiuni și practici relative la obiect, aspecte sau dimensiuni ale mediului social*, un sistem socio-cognitiv ce permite supraviețuirea individului în societate, direcționarea comportamentelor și comunicărilor, precum și selecția răspunsurilor la stimulii de mediu.

Willem Doise (1997) consideră RS ca fiind *principii generatoare de luări de poziție* în strânsă relație cu *inserții specifice* regăsite în varietatea raporturilor sociale. De asemenea, Denise Jodelet (1997) afirmă că RS sunt „științe sociale”, teorii ale simțului comun, elaborate și împărtășite social, având un scop practic și concurând la construirea unei realități comune pentru un grup social.

RS: o formă de cunoaștere socială

„Conceptul de reprezentare socială desemnează o formă de cunoaștere specifică, o «știință» a simțului comun, ale cărei conținuturi vizează procese generative și funcționale socialmente determinate. În sens mai larg, desemnează o formă de cunoaștere socială. RS sunt modalități de a gândi practic orientate spre comunicare, înțelegere și stăpânire a mediului social, material și ideal. […] Determinarea socială a conținuturilor sau proceselor reprezentărilor se referă la condițiile și contextele în care acestea se formează, la comunicările prin care circulă și la funcțiile pe care le au în interacțiunile sociale.”

(Jodelet, D., „Représentations sociales : phénomenes, concept et théorie”, in S. Moscovici [ed.], *Psychologie sociale*, PUF, Paris, pp. 361-362)

În concepția lui Pascal Moliner, RS sunt metasisteme suprapuse sistemelor de cunoștințe omenești, elaborate social, menite să ofere *grile de lectură a realității*. Ele sunt categorii de cunoștințe cu funcționalități sociale, modalități de integrare comunitară a indivizilor, posibilități de a acționa în lumea socială (Moliner, 1988, 1996).

RS au scopul de a insera actorul social în ambianța sa naturală, de a-l ajuta să înțeleagă și să stăpânească această lume, să și-o apropie. Din această perspectivă, Jean-Claude Abric (1994) definește RS ca *o viziune funcțională a lumii ce permite individului sau grupului să dea un sens conduitelor, să înțeleagă realitatea prin propriul sistem de referințe, deci să se adapteze, să-și definească locul.*

2.2. Delimitări conceptuale necesare

Conceptele cu care TRS „interferează” cel mai puternic sunt, în special, *atitudinea* și *cogniția socială*. Dacă luăm în considerare și alte poziții, la această listă am mai putea adăuga opinia publică, ideologia, simțul comun, știința, identitatea socială, cultura sau atribuirile. Însă, de departe, cele mai mari confuzii s-au născut din suprapunerea conceptului de reprezentare socială peste cele de atitudine și cogniție.

Cel puțin trei diferențe se pot identifica în relația *atitudine – RS*. Mai întâi, în cercetarea vieții sociale nu este suficientă abordarea științifică la nivelul unor manifestări individuale, așa cum se întâmplă în cazul atitudinii. Datorită complexității fenomenelor sociale, se simte nevoia unei abordări mai ample, de un model complex capabil să integreze şi elemente considerate până nu demult tabuuri pentru psihologia socială: credinţe, ideologii, contexte politice sau culturale etc. Apoi, RS sunt conceptualizate la un nivel superior atitudinilor şi slujesc drept cadre organizatoare și medii pentru dezvoltarea acestora. La rândul lor, atitudinile se constituie în modulări, diferenţieri ale câmpului social, luări de poziţie particulare, la nivel grupal sau chiar individual. De asemenea, RS nu numai că organizează, dar şi precedă, într-un fel atitudinile noastre. Acestea din urmă se alimentează din cele dintâi şi, prin intermediul lor, ne racordăm la concepţia grupului sau comunităţii de care aparţinem.

Diferenţe notabile au fost evidenţiate şi la nivelul raporturilor dintre *cogniţia socială şi RS*. Astfel, într-un studiu, Anamaria Silvana De Rosa (1997) realizează o comparaţie critică între cele două concepte, accentuând asupra caracterului individualist al psihologiei sociale americane, în opoziţie cu natura „mai socială" (interacţionistă) a psihologiei dezvoltate pe continent. Prezentăm mai jos, într-o formă adaptată, câteva diferenţe:

Cogniţie socială	Reprezentare socială
Perspectivă constructivistă	Perspectivă integrată (constructivistă şi interacţionistă)
Metafora subiectului ca „savant ingenuu" şi „economizator" al resurselor cognitive	Metafora subiectului ca „actor" al vieţii cotidiene
Conceperea societăţii ca un ansamblu de indivizi legaţi între ei prin relaţii interpersonale	Conceperea societăţii ca un ansamblu de indivizi organizat, stratificat în grupuri şi subgrupuri

Moscovici (1976) consideră că opiniile şi atitudinile sunt concepte ce reflectă realităţi fragmentare ce s-ar subsuma unei realităţi mai complexe, cum este RS. Astfel, ele pot fi integrate reprezentărilor sociale ca părţi componente de mai mică complexitate. Jean-Marie Seca (2001) accentuează, de asemenea, asupra rolului RS de a organiza atitudinile şi comportamentele, formând ansambluri complexe de judecăţi şi acţiuni, aflate la dispoziţia individului sau grupului. La rândul lor, RS pe care şi le construiesc grupurile sunt condiţionate de contexte ideologice, religii, ansambluri de credinţe mai mult sau mai puţin structurate etc.

3. Obiecte ale reprezentării sociale

3.1. Identificarea obiectului

Identificarea obiectului este primul pas pe care îl întreprindem în cercetarea unei RS. Deoarece nu tot ceea ce există în câmpul social poate fi obiect al reprezentării, Pascal Moliner (1997) formulează o serie de criterii în baza cărora ştim, din punctul de vedere al cercetătorilor, dacă ne aflăm sau nu în faţa unei RS.

Polimorfismul obiectului RS	Obiectul RS trebuie să apară sub diferite forme sau variaţii în societate. Indiferent de formele împrumutate, el trebuie să existe şi să stea permanent la baza reprezentării („nu există RS fără obiect").
Existenţa grupului social	O RS are întotdeauna de partea sa un grup social, o populaţie care o creează şi o împărtăşeşte. Ea asigură funcţionalitatea colectivă, schimburile sociale. Într-o cercetare, trebuie căutat grupul care promovează reprezentarea socială.
Motivaţia elaborării	Ne aflăm în faţa unui ansamblu de idei, credinţe, trăiri, raportări la lume. Întrebarea care se pune este: cui foloseşte această elaborare? Este imposibil să nu se remarce imensul travaliu social de geneză, dezvoltare, consolidare şi transmitere a acestui ansamblu. Grupurile elaborează reprezentări în confruntarea lor cu problemele lumii (ştiinţa, tehnologia, alte grupuri), în tentativa de a-şi asigura menţinerea identităţii şi coeziunii interne.
Raportarea la „Altul social"	RS se elaborează în raport cu alte instanţe sociale, cu alţii aflaţi în interacţiune cu grupul respectiv printr-un contact real sau imaginar. Astfel, RS „este reprezentarea a ceva, produsă de către cineva, iar această producere se face în raport cu altcineva". Prin urmare, dacă nu există un „Altul social" la care grupul să se raporteze, reprezentarea nu ar avea sens, ea nici nu ar exista.
Lipsa instanţelor de reglare şi control	RS nu sunt supuse instanţelor elaborate social cu scopul declarat de a exercita atribuţii de reglare şi control. Astfel de instanţe ar fi: sistemul ştiinţific (organisme ca universitatea, comunitatea ştiinţifică, consilii şi colegii de avizare sau disciplină etc.) sau ideologia, în sens limitat (instituţia politică a propagandei sau controlul poliţienesc). În cazul RS, procesele de structurare sunt naturale, fără intervenţii sau imixtiuni externe.

3.2. Diversitatea obiectelor de reprezentare

În ultimii ani s-au studiat numeroase reprezentări sociale. Ele sunt furnizate de cele mai diverse domenii ale vieţii sociale: percepţii interpersonale, raporturi interindividuale şi relaţii intergrupuri, inteligenţă, medicină (boală, handicap), sexualitate şi gen, organizare socială şi instituţii economice, politică (guvern, lege, sistem politic, sistem penal, patrie), roluri instituţionale, locuri şi servicii sociale, tehnologie (informatică, radioactivitate) etc. (De Rosa, 1997).

Reprezentarea socială a radioactivităţii la copii

„Imediat după difuzarea în Italia a ştirii despre explozia uzinei nucleare de la Cernobîl, în cafenele, restaurante, birouri, pe stradă, oamenii vorbeau numai despre radioactivitate. În numai câteva zile, normalitatea făcuse loc urgenţei. Toate acestea au determinat schimbări ale obiceiurilor, atitudinilor şi conduitelor: nimeni nu mânca legume sau produse pe bază de lapte, nimeni nu se plimba prin parcuri. S-a interzis copiilor să se joace cu nisipul, pământul sau iarba. Observând toate acestea, ne-am gândit că ceva extraordinar se petrecea, că o nouă reprezentare era în curs de a se naşte, şi anume reprezentarea socială a radioactivităţii. Iată de ce am vrut să «verificăm» această intuiţie făcând un studiu asupra copiilor. După metoda pe care am ales-o, am cerut copiilor «să deseneze radioactivitatea», să comenteze desenele şi să definească radioactivitatea. Rezultatele obţinute au confirmat ipoteza noastră. Pe de o parte, desenele ne «arătau» radioactivitatea, iar pe de altă parte, conţinutul discuţiilor individuale ne dădea posibilitatea să reconstruim teoria pe care copiii o elaboraseră cu privire la radioactivitate şi, în acelaşi timp, să identificăm strategiile folosite de către aceştia pentru a se familiariza cu un obiect străin. Acţiunea radioactivităţii era explicată prin propriile sale efecte şi consecinţe. Pe baza interdicţiilor impuse, oamenii şi-au elaborat un fel de decalog al comportamentelor susceptibile să facă faţă dificultăţilor determinate de urgenţă. Deci oamenii au «născocit» o nouă reprezentare socială. Pe baza a ceea ce observasem, am putut formula ipoteze mai generale privind caracteristicile pe care un obiect trebuie să le aibă pentru a deveni obiectul unei reprezentări sociale, timpul necesar pentru ca însăşi reprezentarea să capete contur şi mecanismele care sunt în măsură să accelereze procesul de construcţie a unei reprezentări. De altfel, numai un eveniment cu totul excepţional – cum ar fi explozia uzinei de la Cernobîl – putea să ne permită studierea a ceea ce nimeni n-a analizat vreodată, şi anume geneza unei reprezentări sociale."

(Ida Gali şi Giovanna Nigro, „Les représentations sociales : la question de la genèse", *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 3 [3], pp. 429-450)

4. Procese fundamentale ale reprezentării: obiectificarea şi ancorarea

4.1. Obiectificarea

Obiectificarea este *procesul cognitiv prin care individul sau grupurile transformă conceptele, noţiunile abstracte în imagini familiare*. În mod esenţial, funcţia de bază a obiectificării este aceea de a simplifica informaţiile privitoare la un obiect, prin intermediul unui fenomen de „concretizare a noţiunilor". Printr-o activitate de elaborare socio-cognitivă, entităţile sociale precum indivizii sau grupurile tind să-şi adapteze realitatea exterioară scopurilor lor, rezumând noţiunile la o singură trăsătură subsumată unei logici interne.

Moscovici a observat acest fenomen în privința descoperirilor științei. Astfel, consideră el, societatea preia o idee a științei și o transformă într-un *nod figurativ*, încercând să o facă banală, accesibilă, construind în jurul ei, atașându-i sensuri familiare, imagini comune. Prin urmare, noțiunea sau teoria din care s-a clădit această imagine își „pierde caracterul abstract și arbitrar și dobândește o existență independentă, aproape fizică". Un rol esențial în această construcție îl are limbajul, deoarece la nivelul nodului figurativ cuvântul fuzionează cu imaginea, un complex de idei fiind exprimat printr-un complex de imagini (Moscovici, 1976/1994).

Obiectificarea : transformarea conceptului în imagine

„A obiectifica înseamnă a descoperi calitatea iconică a unei idei sau ființe imprecise, a reproduce un concept printr-o imagine. A compara deja înseamnă a depicta, a umple de substanță ceea ce este gol în mod natural. Trebuie numai să-l comparăm pe Dumnezeu cu un tată și ceea ce era invizibil devine vizibil instantaneu în mințile noastre, ca o persoană căreia i se poate răspunde ca atare. Un uriaș stoc de cuvinte referitoare la obiecte specifice se află în circulație în fiecare societate, iar noi ne aflăm sub o presiune constantă a nevoii de a oferi echivalentul lor în imagini concrete. Din moment ce ne asumăm faptul că aceste cuvinte nu se referă la «nimic», suntem obligați să le legăm de ceva, să le găsim echivalente non-verbale."

(Serge Moscovici, „Fenomenul reprezentărilor sociale", in A. Neculau [coord.], *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*, Polirom, Iași, 1997, p. 47)

4.2. Ancorarea

Cuvântul „ancorare", susține Doise (1997), are o origine gestaltistă și prin el se înțelege situarea a ceva nou într-un cadru de referință vechi, în scopul facilitării interpretării acestuia.

Moscovici (1997) definește „ancorarea" ca fiind *procesul prin care se transferă ceva străin și perturbator în sistemul nostru particular de categorii, comparând acest nou element cu paradigma unei categorii considerate potrivită. Procesul seamănă cu ancorarea unei bărci la mal*. Oamenii vin mereu în contact cu date, informații, idei ciudate care deseori sunt străine cunoașterii lor. Ei fac în acest sens un efort de apropiere, de adaptare a acestor cogniții la ansamblul cunoștințelor deja existente. Procesul de apropiere, de familiarizare, constă în reducerea acestor cunoștințe la imagini obișnuite care sunt ancorate apoi în gândirea individului, devenind parte integrantă a ansamblului categorial al acestuia.

A ancora înseamnă „a clasifica și numi ceva", a eticheta un obiect sau fenomen pentru a putea opera cu el. „Clasificările sunt făcute prin compararea individului cu un prototip despre care se consideră, în mod general, că ar reprezenta o clasă" (Moscovici, 1976/1994). Lucrurile neclasificate și nenumite sunt pentru un individ străine, amenințătoare. Reprezentarea socială este, în mod fundamental, un sistem de clasificare și de notare, de alocare de categorii și nume.

Batman

„Când filmul american «Batman», produs de Warner, a fost lansat cu mare pompă pe piața americană, succesul a fost imediat. În SUA, filmul a bătut toate recordurile de *box-office*, iar veniturile realizate din comercializarea obiectelor cu inscripția «Batman» (tricouri, insigne, costume de baie, șepci etc.) le-au depășit chiar și pe cele ale filmului. Nimic din toate astea în Franța. În ciuda unui buget de promovare de mai multe milioane și a unei mediatizări excesive, filmul nu a avut succesul scontat și comercializarea produselor «Batman» a înregistrat un eșec total. Totuși, era vorba despre același film și campania publicitară din Franța a făcut apel la aceleași afișe, la aceeași emblemă ca și în SUA : un liliac negru pe un fond auriu, fără nici o explicație. Recunoașterea acestei embleme nu a pus probleme în SUA, dar în Franța, procentul de recunoaștere nu a depășit 10%. Francezii nu au văzut decât o gură mare, deschisă, mai mult sau mai puțin lipsită de dinți, și nu au putut integra această imagine unor lucruri deja cunoscute. În schimb, pentru americani, Batman este unul dintre eroii fondatori ai imageriei naționale. Povestirile despre Batman au fost difuzate în SUA la TV și au entuziasmat și marcat generații întregi, de la cei mici până la adulți, tot așa cum s-a întâmplat cu Bécassine, Tintin, Lucky Luke, Astérix etc. în Franța. Așa a fost posibil ca un mare număr de americani să ancoreze emblema liliacului într-un cadru de referință bine precizat, în timp ce francezii, dispunând de cadre de referință diferite, i-au dat cu totul alt sens."

(V. Aebischer și D. Oberlé, *Le groupe en psychologie sociale*, **Bordas, Paris, 1990)**

5. Componente, funcții și forme de manifestare

5.1. Componente ale reprezentării sociale

Jean-Claude Abric (1994) sugera o împărțire pe două componente a RS. Pe de o parte, există o *componentă cognitivă*, un fel de „textură psihologică" supusă regulilor care guvernează procesele cognitive. Pe de altă parte, se constată existența unei *componente sociale*, o activare a proceselor cognitive direct determinată de condițiile sociale în care se elaborează sau se transmite o reprezentare. Din această perspectivă, reprezentările sunt sisteme socio-cognitive.

Studiile realizate în ultimii ani conduc însă la ideea structurării tripartite a RS, la conturarea unui model care ar cuprinde următoarele componente : *componenta cognitivă*, *componenta afectivă* și *componenta comportamentală*.

5.1.1. *Componenta cognitivă*

Această componentă este esențială pentru funcționarea RS. Serge Moscovici (1976/1994) abordează fenomenul reprezentațional dintr-o perspectivă genetică. Astfel, RS trece de la percepție la concept prin intermediul mecanismelor de reprezentare. Este vorba despre o *construcție logică* ce ia naștere la interfața subiectului cu mediul social şi se dezvoltă integrând realitatea externă într-o construcţie internă. Caracterul cognitiv al reprezentării ne este sugerat de dubla structură : faţeta *figurativă* (iconică) şi cea *semnificativă* (simbolică). Fiecare imagine are o semnificaţie, aşa cum fiecărui sens sau semnificaţie îi corespunde o imagine.

La rândul său, Claude Flament (1997) consideră RS un ansamblu organizat de cogniţii relative la un obiect, împărtăşite de membrii unei populaţii omogene în raport cu acest obiect. Componenta cognitivă este fără îndoială cea mai importantă, asigurând un schelet fără de care reprezentarea nu ar putea exista şi funcţiona.

5.1.2. *Componenta afectivă*

RS are rolul de a reduce tensiunea şi dezechilibrul, susţine Moscovici (1997), prin transformarea elementului straniu, nefamiliar într-o substanţă comună, familiară. Astfel, ceea ce se situează în exterior, în afara universului obişnuit, devine apropiat, interior spiritului nostru. Acest mecanism micşorează disconfortul psihologic al individului confruntat cu evenimente sociale neobişnuite.

La rândul ei, Jodelet (1997) precizează implicaţiile atât afective, cât şi normative ale RS asupra indivizilor, prin angajarea apartenenţei lor sociale. RS trebuie studiate articulând elementele afective, mentale şi sociale, integrând cunoaşterea, limbajul şi comunicarea realităţii materiale şi sociale. RS sunt resorturi emoţionale cu rol de supape, comunicări ce duc la eliberarea sentimentelor de disconfort suscitate de situaţiile colective creatoare de anxietate sau intolerabile.

5.1.3. *Componenta comportamentală*

Relaţia dintre practici şi reprezentări este cât se poate de evidentă. Mai mulţi autori definesc această realitate socială ca un sistem de practici sau „set de practici", un ansamblu de comportamente sociale elaborate şi prescrise care orientează şi definesc conduitele. Oamenii se mişcă şi acţionează în „hăţişul" social tocmai în virtutea acestor prescripţii comportamentale. Una dintre funcţiile RS, descrisă de Abric (1997), este cea de orientare, adică de ghidare a comportamentelor şi practicilor.

În acest sens, Claude Flament (1997) introduce în cadrul TRS conceptul de *schemă condiţională*, pentru a explica articularea prescripţiilor la fondul reprezentării şi, în acelaşi timp, relaţia lor cu comportamentele. Aceste scheme condiţionale prescriu comportamente, modele de acţiune, prevăd reacţii specifice pentru anumite situaţii. Ele sunt de forma : „În situaţia X trebuie făcut Y" etc. Transformarea reprezentărilor este legată de practicile care o însoţesc. O schimbare a practicilor generează o modificare a prescripţiilor – prin urmare, reprezentarea se află sub influenţa evoluţiei practicilor sociale.

Însă delimitarea în componente a RS are, fără îndoială, un rol mai degrabă didactic. O realitate complexă, cum este fenomenul RS, se prezintă psihologului ca o entitate, ca un obiect de studiu unitar. A secţiona această realitate, a delimita anumite fragmente presupune o operaţie pe cât de dificilă, pe atât de riscantă. Dificultatea rezultă din utilizarea criteriului (găsirea şi aplicarea lui), iar riscul, din denaturarea realului. De fapt, în viaţa cotidiană, aceste componente se întrepătrund, se influenţează reciproc, se modifică alternativ. Numai astfel este posibilă existenţa acestui tot relativ eterogen de cogniţii, afecte şi comportamente.

5.2. Funcţiile reprezentării sociale

În contextul social RS îndeplineşte câteva funcţii. În concepţia lui Jean-Claude Abric (1997), acestea sunt: de cunoaştere, de conservare a identităţii (identitară), de orientare a comportamentelor şi de justificare.

A. *Funcţia de cunoaştere*. Reprezentările permit înţelegerea şi interpretarea realităţii. De asemenea, facilitează cunoaşterea celorlalţi şi comunicarea.

B. *Funcţia identitară*. RS definesc identitatea şi permit salvgardarea specificităţii grupurilor. Willem Doise specifică faptul că reprezentările au un rol primordial în cadrul relaţiilor intergrupale. Studiile au arătat că grupul tinde să se supraevalueze în scopul păstrării unei imagini pozitive.

C. *Funcţia de orientare* presupune orientarea, ghidarea comportamentelor, practicilor. RS intervine direct în definirea finalităţii situaţiei, prescrierea reacţiilor, a tipului de demers cognitiv adaptat la momente şi persoane.

D. *Funcţia justificativă*. Reprezentările sociale permit *a posteriori* să se justifice luările de poziţie şi comportamentele.

5.3. Forme de manifestare a RS: difuzarea, propagarea şi propaganda

Difuzarea constă în transmiterea unor informaţii răspunzând interesului public prin întreţinerea atenţiei asupra unui subiect. Ea se realizează de regulă spontan şi sunt exprimate o mulţime de puncte de vedere. Rezultatul este, spune Willem Doise (1990), un fel de impregnare a opiniei publice cu o nouă temă de conversaţie la dispoziţia tuturor. În stadiul de difuzare, conceptele psihanalizei circulau iniţial în lumea mondenă, în cea a specialiştilor sau a oamenilor instruiţi, în general. Ulterior, ea a intrat în limbajul popular, astfel încât *nevrotic* a devenit un termen foarte cunoscut, ca şi *refulat* sau *complexat*.

Propagarea presupune răspândirea unei viziuni bine organizate asupra lumii în general sau asupra unei credinţe în vederea racolării de noi adepţi. Ea formează sau consolidează o atitudine, structurează un răspuns consistent la opiniile publicului, educă publicul în spiritul unei coerenţe. Propagarea propune şi nu impune o variantă coerentă. Un exemplu îl poate constitui broşurile de popularizare ştiinţifică sau revistele cu acelaşi caracter. Un asemenea discurs structurat a fost identificat de Moscovici în atitudinea Bisericii Catolice faţă de psihanaliză. Scrierile catolicilor preiau psihanaliza, o răstălmăcesc în interes propriu, alegând ce e de folos în ea. Astfel, se propovăduieşte moderaţia şi prudenţa, educaţia. Desigur, se respinge dimensiunea aplicativă şi generalizată a libidoului, dar se valorifică pozitiv afectivitatea şi terapia analitică limitată.

Propaganda constă într-un refuz global al concepţiei alternative. Ea reprezintă o luptă pentru instituire, pentru încremenire şi are stereotipia şi rigiditatea drept caracteristici de bază. Propaganda simplifică realitatea, reduce complexitatea sistemului la câţiva stimuli bine reliefaţi şi se caracterizează printr-o reacţie imediată, de acceptare sau respingere a unui grup sau a unei persoane. Modalitatea sa de impunere este repetiţia persuadantă, orientarea polarizată. Un exemplu este ideologia statelor totalitariste. În cercetările sale, Moscovici a arătat cum presa comunistă din Franţa considera psihanaliza o ştiinţă burgheză sau o pseudoştiinţă.

6. Teoria nucleului central

6.1. O teorie structurală

Jean-Claude Abric a elaborat o teorie cu privire la organizarea internă a reprezentării sociale. El îşi revendică direcţia de la Heider în primul rând, care, încă din 1927, cercetând fenomenul atribuirii, considera că oamenii tind să atribuie evenimentelor care îi înconjoară „noduri unitare condiţionate intern şi care sunt oarecum centrii texturii cauzale a lumii" (Abric, 1997). Moscovici (1976/1994) utilizează sintagma „nod figurativ" pentru a desemna structura rezultată în urma procesului de obiectificare. Astfel, informaţia, desprinsă din contextul social în care a fost elaborată, suferă o triere şi o schematizare, iar ulterior este integrată altor structuri cognitive.

Pornind de la aceste considerente, Abric (1997) defineşte nucleul central, structura fundamentală a reprezentării sociale, ca fiind „simplu, concret, sub formă de imagine şi coerent, corespunzând sistemului de valori la care se referă individul, purtând pecetea culturii şi normelor sociale ambiante". Prin urmare, reprezentările au o structură particulară, specifică, elementele sale fiind ierarhizate şi organizate spaţial în jurul unui nucleu central, punct în jurul căruia se mişcă întregul fenomen. În jurul nucleului se constituie un sistem de elemente periferice care întreţin raporturi de dependenţă cu elementele nodului central. Nucleul central rezultă din importanţa atât cantitativă (număr), cât şi calitativă (tip) a relaţiilor elementelor constituente cu cele periferice. Înlăturarea acestei structuri duce la denaturarea reprezentării.

6.2. Nucleul central

Orice reprezentare, consideră Abric, este organizată în jurul nucleului central, acesta determinând astfel semnificaţia şi structura sa. Centralitatea unui element rezultă în primul rând din capacitatea lui de a da sens ansamblului (elementul central este în strânsă legătură cu sensul global al reprezentării, în timp ce unul periferic nu), dar şi dintr-o serie de proprietăţi calitative ale elementelor componente (varianţa, pregnanţa lor).

Moliner (1994) atribuie patru proprietăţi elementelor componente ale nucleului central. Două dintre acestea sunt considerate calitative (valoarea simbolică şi asociativitatea), în timp ce următoarele sunt cantitative (proeminenţa cogniţiei centrale şi conexitatea).

- *Valoarea simbolică* se referă la capacitatea elementelor centrale de a sugera esenţa obiectului reprezentării. Acestea sunt simboluri cu mare forţă sugestivă şi întreţin legături strânse cu obiectul reprezentării. Prin urmare, nucleul este o structură simbolică ce dă sens întregii reprezentări. Valoarea simbolică se recunoaşte prin aceea că, dacă scoate un element din nucleu, reprezentarea îşi pierde sensul. De exemplu, noţiunile „complex" şi „refulare" sunt esenţiale pentru RS a psihanalizei. Eliminarea acestora din nucleu ar face dificilă recunoaşterea reprezentării în discuţie.
- *Asociativitatea* presupune că noţiunile nucleului central se caracterizează prin „polisemie şi caracter asociativ puternic". Ele au capacitatea sporită de a îmbrăca diverse forme gramaticale şi de a se alipi de alte cuvinte şi expresii pentru a genera noi sensuri. Să exemplificăm, prin acelaşi termen utilizat mai sus, „complex". Este o noţiune-cheie în psihanaliză şi stă la baza formării mai multor concepte, unele intrate în limbajul comun : „complex de inferioritate", „de castrare", „Electra", „Oedip" etc. Asociativitatea este generată, la rândul ei, de bogăţia posibilităţilor pe care un termen o ascunde, de realitatea complexă pe care o desemnează şi pe care o reprezintă în discurs. Cu cât această bogăţie este mai mare, cu atât noţiunea respectivă poate stabili mai multe „punţi" cu alte realităţi şi, prin urmare, poate ocupa un loc mai important în discurs.
- *Proeminenţa* reprezintă o proprietate cantitativă a elementelor nucleului central şi desemnează, concret, frecvenţa mare cu care acestea apar în ansamblul structurat verbal care descrie reprezentarea socială. Moscovici a arătat cum, în reprezentarea psihanalizei, termenul „complex" apare cu cea mai mare frecvenţă. Proeminenţa este aspectul cantitativ al valorii simbolice. Cu cât o noţiune este mai specifică pentru obiectul de reprezentare, cu atât este mai probabil ca un subiect să o evoce, crescând astfel frecvenţa pe ansamblul discursului.
- *Conexitatea* este cealaltă proprietate cantitativă, derivată de această dată din asociativitate. În momentul în care un element dovedeşte o mare forţă asociativă, el antrenează un mare număr de elemente ale reprezentării. Conexitatea reprezintă aşadar volumul legăturilor – în ultimă instanţă, numărul de conexiuni – pe care le au unii termeni cu alţii.

Nucleul central îndeplineşte o serie de funcţii, apreciază Abric (1997):

Funcţia generatoare	Prin intermediul nucleului central se „creează şi se transformă" celelalte elemente ale reprezentării.
Funcţia organizatoare	Existenţa unor legături între elementele reprezentării şi care tind să manifeste convergenţă spre nodul central, care devine astfel „unificator şi stabilizator".
Funcţia de stabilizare	Nucleul central este alcătuit din elementele cele mai stabile ale reprezentării, constituind astfel un „ansamblu de elemente ce rezistă la schimbare".

6.3. Sistemul periferic

În ceea ce priveşte sistemul periferic, o serie de afirmaţii pun în valoare importanţa acestor elemente situate la periferia reprezentării. Astfel, se consideră că sistemul periferic constituie partea accesibilă, vie şi concretă a reprezentării şi se compune dintr-un set de informaţii reţinute, selecţionate şi interpretate. Sistemul periferic joacă un rol important în explicarea realului şi ilustrarea, concretizarea acestuia, interpunându-se activ între nucleul central şi situaţia de mediu.

Abric (1997) consideră că sistemul periferic îndeplineşte câteva funcţii:

Funcţia de concretizare	Sistemul periferic facilitează îmbrăcarea RS în termeni concreţi, „imediat inteligibili şi transmisibili", şi „creează o ambianţă particulară". În strânsă legătură cu aceasta, Flament (1997) vorbeşte despre o funcţie de modelare personalizată a RS.
Funcţia de reglare	Prin intermediul acestei funcţii se adaptează permanent RS la context, la modificarea circumstanţelor externe.
Funcţia de apărare	Permite rezistenţa nucleului central la schimbările temporare de circumstanţe şi, în acelaşi timp, concurează la transformarea globală a reprezentării atunci când este cazul. Pentru Flament (1997), această funcţie de protecţie a nucleului central se realizează prin reamintirea realului, desemnarea elementului străin, evidenţierea contradicţiei dintre termeni şi propunerea unei raţionalizări care permite suportarea contradicţiei.

În final, prezentăm caracteristicile recapitulative ale celor două sisteme (central şi periferic) ale RS (adaptare după Abric, 1994):

Nucleul central	Sistemul periferic
1. Este legat de memoria colectivă și istoria grupului	1. Permite integrarea experiențelor și istoriilor individuale
2. Este consensual	2. Suportă eterogenitatea grupului
3. Prezintă stabilitate și coerență	3. Are suplețe și suportă contradicțiile
4. Manifestă rigiditate și rezistență la schimbare	4. Este un sistem evolutiv și sensibil la contextul imediat
5. Este puțin sensibil la contextul imediat	5. Permite adaptarea la realitatea concretă
6. Este generator de semnificații	6. Permite diferențierea conținuturilor
7. Are rolul de organizator al reprezentării	7. Protejează sistemul central

6.4. Evidențierea experimentală a nucleului central și a sistemului periferic

Sunt două cercetări clasice ale lui Abric, publicate în 1984, care pun în evidență existența nucleului central al RS. Acest autor a studiat reprezentarea socială a artizanului investigând o populație de non-artizani prin intermediul interviului dirijat și a chestionarului. Datele au fost prelucrate cantitativ și calitativ, prin analiza similitudinilor degajându-se structura reprezentării sociale a artizanului. RS apărea structurată în jurul a patru elemente care formau nucleul central, cu referire la: *creator*, *conștiincios*, *produs scump* și *munca manuală*. În jurul acestora gravitau alte elemente, de mai mică importanță.

Moliner (1988) arată, de asemenea, importanța nucleului central în existența reprezentării. Într-o cercetare, el a prezentat subiecților, prin intermediul unui mic text, descrierea unui grup ideal, al cărui nucleu central era cunoscut deja din studii anterioare. Se știa de existența a două caracteristici esențiale pentru grupul ideal: *prietenia* și *lipsa ierarhiei*. Într-o fază experimentală ulterioară, se introduce o informație nouă, care pune în discuție fie un element al nucleului central (absența ierarhiei), fie un element important al acestei reprezentări, dar din sistemul periferic (conformism de opinii). Când nucleul central este atacat, 79% dintre subiecți consideră că grupul în chestiune nu corespunde reprezentării lor despre grupul ideal. Atacarea unui element periferic nu determină decât o proporție de 37% dintre subiecți să repună în discuție RS.

7. Teoria principiilor organizatoare de luări de poziție

După Willem Doise (1997), „materia primă" în studiul RS este dată *de ansamblul opiniilor, atitudinilor și prejudecăților* dezvoltate de diverse grupuri sociale sau indivizi. Toate acestea sunt organizări cognitive, au o funcționalitate guvernată de o *serie de reglări sociale* sau „relații normative care controlează, verifică și dirijează", numite *principii organizatoare de luări de poziție* sau reprezentări sociale.

Studiul RS din perspectiva principiilor organizatoare de luări de poziţie presupune o analiză situată la trei niveluri (Clemence, Doise şi Lorenzi-Cioldi, 1994):

La nivelul cogniţiilor comune unei populaţii **(*cunoaştere comună*)**	Membrii unei populaţii studiate împărtăşesc credinţe comune referitoare la o miză socială. RS se creează prin raporturi de comunicare, pornind de la un limbaj comun şi de la repere comune la care subiecţii se raportează. Din această perspectivă, RS sunt o „hartă comună" utilizată de membrii respectivei populaţii, actorii sociali referindu-se la acelaşi „sistem de semnificaţii instituţionalizate".
La nivelul diferenţelor inter-individuale **(*principii organizatoare de luări de poziţie*)**	Dincolo de un ansamblu de semnificaţii comune, indivizii posedă un set propriu de cogniţii, rezultat în urma adeziunii lor la diferite tipuri de credinţe. TRS nu exclude ideea de variaţie, de diferenţe între indivizi ca expresie a ancorărilor lor diverse în dinamicile raporturilor simbolice în mediul social. Acest proces dă naştere la o pluralitate de dimensiuni (sau luări de poziţie) relativ independente între ele.
La nivelul diferenţelor interindividuale **(*ancorări ale poziţiilor în realităţi socio-psihologice*)**	RS sunt ancorate în realităţi colective, în percepţiile prin care indivizii îşi construiesc raporturile dintre grupurile şi categoriile sociale. Studiul ancorărilor presupune analiza dintre „apartenenţe, poziţii sociale şi modulări" ale RS.

8. Transformarea reprezentărilor sociale

Reprezentarea socială nu apare instantaneu, ci în urma unor procese, a unor *fabricări sociale*, cum se exprimă Denise Jodelet (1997). Ea are o geneză, aşadar o durată de viaţă. Structura sa internă nu este elaborată definitiv, ci este supusă transformării, evoluţiei.

Cum se transformă o RS? Există posibilitatea ca un grup (populaţie, comunitate) să se confrunte cu un element nou, care atentează la *statu quo*-ul reprezentării sociale. De regulă, elementele noi sunt idei, norme, convingeri, dar şi practici străine de viaţa comunităţii sau grupului respectiv. Ele sunt impuse fie din afară, fie de grupul însuşi, în scopul adoptării lor şi întâmpinării adecvate a evenimentelor nou-apărute. În situaţii de acest gen se constată o modificare a reprezentării sociale.

Guimelli (1994) realizează o schematizare a procesului schimbării din momentul în care cerinţele sau practicile noi sunt în contradicţie cu cele vechi:

- prima dată apare evenimentul cu mare impact asupra grupului;
- apare apoi o modificare a circumstanţelor exterioare datorate evenimentului;
- se nasc practici noi în grup şi se înregistrează sporirea treptată a frecvenţei lor;
- practicile nou-apărute activează scheme care le prescriu;

- se reorganizează câmpul reprezentaţional;
- fuziunea unor elemente duce la formarea unui concept nou şi acceptarea lui în nucleul central.

Nu întotdeauna aceste modificări decurg normal, ca în schema de mai sus. Claude Flament (1994) introduce raportul *reversibilitate/ireversibilitate*, adică de continuare sau nu a unei situaţii noi, apărută în câmpul reprezentării sociale. Din această perspectivă, există două posibilităţi:

- *Situaţia este reversibilă.* Reprezentările nu suferă un proces de modificare în profunzime şi elementele care apar sub formă de noutăţi sunt integrate câmpului reprezentaţional. Bineînţeles, nucleul central al reprezentării sociale nu este atins, schimbarea localizându-se la nivel periferic.
- *Situaţia este ireversibilă.* Are loc o schimbare în profunzime a structurilor reprezentaţionale, punând în discuţie nucleul central al reprezentării. Noile practici vor modifica structurile, vor afecta relaţiile dintre elemente şi, în final, vor transforma tot acest ansamblu în ceva diferit de punctul de plecare.

Jean-Claude Abric (1994) consideră că există mai multe tipuri de transformări pentru situaţia ireversibilă:

- *Transformarea rezistentă.* Este cazul când în câmpul reprezentării apare o idee sau o practică nouă, contradictorie, preluată de schemele periferice şi *mecanismele clasice de apărare* (raţionalizare, referire la normele externe ale reprezentării, interpretare şi justificare ad-hoc). În acest caz, în sistemul periferic apar *schemele stranii* (care au rolul de a face apel la normal, de a defini elementul străin, de a afirma o contradicţie în termeni, de a propune o raţionalizare pentru suportarea contradicţiei). Schemele stranii evită punerea în discuţie a nucleului central, dar aglomerarea lor dincolo de un punct critic poate duce la afectarea acestuia şi modificarea în ansamblu a reprezentării.
- *Transformarea progresivă.* Se observă atunci când practicile noi nu sunt în contradicţie totală cu elementele nucleului central. Transformarea se petrece lent, fără rupturi. Schemele activate de practicile noi se vor integra progresiv în nucleul central şi vor fuziona, construind treptat un nucleu nou, o nouă reprezentare.
- *Transformarea brutală.* Are loc când noile practici pun în cauză direct semnificaţia centrală a reprezentării, fără a se mai putea apela la mecanismele de apărare. Transformarea este directă, completă, datorită importanţei, permanenţei şi ireversibilităţii noilor practici. Există posibilitatea ca un grup să se confrunte cu un element nou, care atentează la *statu quo*-ul acestuia. Elementele noi sunt de regulă practici impuse fie din afară, fie de grup, chiar în scopul adoptării. În situaţii de acest gen apare o modificare a RS.

9. Rolul contextului şi ideologia

9.1. Rolul contextului

Cercetările actuale accentuează asupra rolului contextului în elaborarea reprezentărilor cu care individul decodifică semnificaţiile lumii sociale. Se vorbeşte chiar de un „efect de context social". Contextul *social-global, ideologic*, precum şi contextul *imediat, situaţional*, construiesc împreună o realitate socială care „îl înveleşte pe individ", silindu-l să prelucreze o anumită informaţie şi să-şi formeze anumite imagini, credinţe, reprezentări. Contextul este cel care induce norme de conduită, marchează situaţiile, determină sistemul axiologic, mobilizează şi polarizează actorii sociali. Reprezentările condiţionate de context se transmit de la o generaţie la alta (se reproduc) pe căi variate, fie informale (socializarea, practicile cotidiene, memoria colectivă), fie instituţionale (limba, educaţia, sistemele legale).

Care este mecanismul de acţiune al contextului? Oamenii, grupurile umane se diferenţiază după mediul cultural şi practicile comportamentale în care s-au dezvoltat. Limba, riturile şi culturile, tradiţiile, vestimentaţia, habitatul, tipurile de relaţii interpersonale formează împreună un cadru cultural specific, preluat şi încorporat de membrii unei colectivităţi. Achiziţionăm *capital cultural*, spune sociologul francez Pierre Bourdieu, de la familie, şcoală, mediul socio-cultural frecventat. Plasat într-o „baie culturală", înconjurat de cărţi, tablouri şi alte bunuri culturale, de îndrumători competenţi, individul descoperă treptat „chei" cu ajutorul cărora descifrează sensul mesajelor culturale şi ideologice, achiziţionează instrumente cu ajutorul cărora prelucrează informaţiile din mediu, le încorporează şi le „utilizează". Mediul cultural-ideologic, stilul de gândire al colectivităţii „ancorează" deci pe fiecare individ ce-i aparţine, îl modelează şi apoi îl „trimite în lume". Contează şi unele amănunte biografice: de exemplu, faptul că în adolescenţă sau tinereţe, dar chiar şi mai târziu, cineva a frecventat un cerc, un grup, un mediu cultural şi ideologic de o anumită nuanţă îl marchează pentru tot restul vieţii.

Când o persoană este „bombardată" – întreaga viaţă sau o bună parte din ea - cu un anumit fel de imagini, interpretări, categorii de gândire, ea îşi însuşeşte aceste modele şi respinge cu înverşunare (uneori cu violenţă) tot ceea ce contravine sistemului „implantat". El nu ştie că nu ştie altceva! Într-un anumit sens, individul este „prizonierul" contextului său cultural. De aici până la manipularea sa de către cei care i l-au „implementat" nu mai e decât un pas. Mediul ideologic şi cultural instituie modele fixe, oferă tipare de gândire şi interpretare, îl „învaţă" pe individ şi îl influenţează hotărâtor în construirea imaginii sale despre lume.

9.2. Reprezentări sociale şi ideologie

În privinţa raporturilor cu ideologia, Willem Doise sugerează următorul aspect: pe de o parte există un corp de idei structurat, general, şi acesta ar corespunde ideologiei; iar pe de altă parte, avem o serie de devieri, modulări specifice.

particulare, locale, numite „reprezentări sociale, habitusuri şi dispoziţii" (Doise, 1997). Potrivit acestei concepţii, reprezentările devin componente esenţiale, „indispensabile funcţionării câmpului ideologic". Ele intră, cu o sferă de cuprindere mai mică, în sfera mai largă a ideologiei.

Reprezentările sociale interpretează şi legitimează valorile, având rolul de a menţine valorile întemeiate ideologic. Ideologia se prezintă ca un „ideal", ca o „iluzie" a unei categorii de indivizi, în timp ce reprezentările sociale instituie structuri, scheme, configuraţii, modele cognitive ale sistemelor de idei. Reprezentările „materializează" ideologia, reprezintă acţiunea omului asupra realităţii şi a planului simbolic, în vederea realizării dorinţelor individuale şi a nevoilor colective. Reprezentarea devine deci o structură activă a discursului ideologic, pe care individul o încorporează şi o distribuie (propagă) ca pe un bun propriu.

Context şi ideologie.
Ce s-a întâmplat cu individul în România perioadei comuniste?

În România, în cei 45 de ani de comunism, contextul social a fost controlat, fabricat, construit astfel încât să se poată apoi manipula actorii sociali. Întreaga populaţie a fost manipulată în numele reprezentărilor elaborate în anii de „formare" comunistă. Societatea s-a „reprodus" apoi şi, astfel, s-a ajuns ca astăzi realitatea să fie descifrată, citită prin această „grilă de lectură" socială învăţată prin manipulare ideologică. Omul standardizat, omul de serie, „omul nou" este şi astăzi uşor de manipulat (se cunosc marile manipulări sociale de după 1989). Care este modalitatea prin care se poate obţine o reacţie controlată din partea actorului social? Răspunsul este simplu: prin alimentarea sa cu o informaţie atent selectată şi dirijată, prin situarea individului în contexte modelate de „gardieni ai conştiinţei" şi de mecanismul propagandistic al puterii. Propaganda simplifică realitatea, reduce complexitatea sistemului la câţiva stimuli bine reliefaţi, la acceptarea sau respingerea unui grup sau a unei persoane. Pentru a stimula elaborarea şi fixarea unor reprezentări comune, „soluţia lor" a fost gruparea indivizilor în structuri create artificial şi bine controlate, antrenarea acestora în acţiuni colective, cu scopuri comune, livrate din afară. Prin urmare, dacă doreşti ca individul să angajeze anumite atitudini şi comportamente, oferă-i prilejul să înveţe numai anumite scheme cognitive, să exerseze în condiţii inventate şi perfect controlate. El va „învăţa" astfel numai o anumită realitate şi, pentru că nu a avut prilejul să cunoască alternative, o va considera „obiectivă", singura reală şi comprehensibilă. Orice altă realitate va întâlni mai apoi, el o va trata prin acest sistem de referinţe, situându-se doar în funcţie de această viziune funcţionalistă a lumii.

REZUMAT

TRS a fost dezvoltată de Serge Moscovici în anii '60, prin reevaluarea conceptului durkheimian de „reprezentare colectivă". RS este rezultatul unui proces de elaborare socio-cognitivă a realităţii care, în esenţă, presupune transformarea unor obiecte sociale în categorii mentale care permit individului înţelegerea vieţii sociale şi ghidarea propriilor comportamente. RS se construieşte prin procese de obiectificare, adică de transformare a noţiunilor în imagini şi de ancorare a acestor elaborări in ansamblul categoriilor existente. Studiul structurii interne a RS arată existenţa unui nucleu central şi a unui sistem de cogniţii periferice. O teorie alternativă, cea a principiilor organizatoare, propune o structurare a elementelor RS pe baza luărilor de poziţie diferite ale indivizilor sau grupurilor. RS este o realitate dinamică, totdeauna supusă transformării, datorită sensibilităţii sale la practicile nou-apărute în câmpul social, contextului şi ideologiei.

Întrebări şi teme recapitulative

1. Care sunt deosebirile esenţiale dintre reprezentările sociale şi reprezentările colective?
2. Care sunt raporturile dintre atitudini, cogniţii sociale şi reprezentări sociale? Răspundeţi la această temă preluând şi informaţiile furnizate de celelalte capitole ale acestui manual.
3. Care sunt funcţiile reprezentării sociale? Furnizaţi exemple pentru fiecare dintre ele.
4. Explicaţi ce este obiectificarea şi daţi exemple proprii.
5. Arătaţi ce este ancorarea şi aduceţi exemple personale.
6. Care sunt proprietăţile nucleului central? Dar ale sistemului periferic? Faceţi o comparaţie între ele.
7. Arătaţi etapele transformării RS şi exemplificaţi printr-o reprezentare anume.
8. Care este rolul contextului în elaborarea reprezentării?
9. În ce relaţie se află reprezentarea socială cu ideologia?

Teme de reflecţie

- Gândiţi-vă, pornind de la informaţiile furnizate de acest capitol, la reprezentarea socială a terorismului, aşa cum credeţi că s-a conturat ea după atacul terorist din 11 septembrie 2001 asupra WTC, New York, SUA.
- Încercaţi să identificaţi, prin mijloace intuitive, o reprezentare socială a românilor despre proprietate şi analizaţi impactul acesteia asupra conduitelor faţă de muncă, privatizare, corupţie etc.

Lecturi recomandate

Curelaru, M. (coord.) (2001). *Reprezentările sociale. Teorie şi metode* (texte alese). Iaşi: Editura Erota.

Neculau, A. (coord.) (1995). *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale.* Iaşi: Polirom

Neculau, A. (1996). Reprezentările sociale – dezvoltări actuale. În A. Neculau (coord.), *Psihologie socială. Aspecte contemporane*. Iaşi: Polirom.

Neculau, A. (2000). Controlul contextului şi manipularea reprezentărilor sociale. *Psihologia socială*, 5.

Bibliografie

Abric, J.-C. (1994). L'organisation interne des représentations sociales: système central et système périphérique. În C. Guimelli (ed.). *Structures et transformations des représentations sociales*. Lausanne: Delachaux et Niestlé.

Abric, J.-C. (1997). Reprezentările sociale: aspecte teoretice. În A. Neculau (coord.). *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*. Iaşi: Polirom.

Aebischer, V.; D. Oberlé (1990). *Le groupe en psychologie sociale*. Paris: Bordas.

Clemence, A.; Doise, W.; Lorenzi-Cioldi, F. (1994). Prises de positions et principes organisateurs des représentations sociales. În C. Guimelli (ed.). *Structures et transformations des représentations sociales*. Lausanne: Delachaux et Niestlé, 10-22.

Corbin, A. (1977). Le péril vénérien au début du siècle: prophylaxie sanitaire et prophylaxie morale. *Recherches*, 27, 245-284.

Curelaru, M. (coord.) (2001). *Reprezentările sociale. Teorie şi metode* (texte alese). Iaşi: Editura Erota.

De Rosa, A.S. (1997). Comparaţie critică între reprezentările sociale şi cogniţia socială. În A. Neculau (coord.), *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*. Iaşi: Polirom.

Delacampagne, C. (1983). *L'invention du racisme. Antiquité et Moyen Age*. Paris: Fayard.

Doise, W. (1990). Les représentations sociales. În R. Ghiglione, C. Bonnet, J.F. Richard (eds.). *Traité de psychologie cognitive* 3. Paris: Dunod, 111-174.

Doise, W. (1997). Reprezentările sociale: definiţia unui concept. În A. Neculau (coord.). *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*. Iaşi: Polirom.

Doise, W.; Clemence, A.; Lorenzi-Cioldi, F. (1992). *Représentations sociales et analyses de données*. Grenoble: PUG.

Flament C. (1997). Structura, dinamica şi transformarea reprezentării sociale. În A. Neculau (coord.). *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*. Iaşi: Polirom.

Gali, I.; Nigro, G. (1989). Les représentations sociales: la question de la genèse. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 3 (3), 429-450.

Guimelli, C. (1994). *Structures et transformations des représentations sociales*. Lausanne: Delachaux et Niestlé.

Herzlich, C. (1969). *Santé et Maladie. Analyse d'une représentation sociale*. Paris: Mouton.

Jodelet, D. (1984). Représentations sociales: phénomènes, concept et théorie. În S. Moscovici (ed.). *Psychologie sociale*. Paris: PUF, 361-362.

Jodelet, D. (1989). Représentations sociales: un domaine en expansion. În D. Jodelet (ed.). *Les représentations sociales*. Paris: PUF, 31-61.

Jodelet, D. (1989a). *Folie et représentations sociales*. Paris: PUF.

Jodelet, D. (1997). Reprezentările sociale, un domeniu în expansiune. În A. Neculau (coord.). *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*. Iaşi: Polirom.

Markova, I.; Wilkie, P. (1987). Representations, concepts and social change: The phenomenon of AIDS. *Journal for Theory of Social Behaviour*, 17 (4), 389-409.

Moliner (1997). Cinci întrebări în legătură cu reprezentările sociale. În A. Neculau (coord.). *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*. Iaşi: Polirom.

Moliner, P. (1988). La représentation sociale comme grille de lecture. *Thèse de doctorat*. Université de Provence.

Moliner, P. (1994). Les méthodes de repérage et d'identification du noyau des représentations sociales. În C. Guimelli (ed.). *Structures et transformations des représentations sociales*. Lausanne : Delachaux et Niestlé.

Moliner, P. (1995). A two dimensional model of social representations. *European Journal of Social Psychology*, 1, 27-40.

Moliner, P. (1996). *Images et représentations sociales*. Grenoble : PUG.

Moscovici, S. ; Markova, I. (2000). Cum se naşte şi se dezvoltă o idee – Dialog între Serge Moscovici şi Ivana Markova. *Psihologia socială*, 6.

Moscovici, S. (1961/1976). *La psychanalyse, son image et son publique*. Paris : PUF.

Moscovici, S. (1986). L'ère des représentations sociales. În W. Doise şi A. Palmonari (eds.). *L'étude des représentations sociales*. Paris, Neuchâtel : Delachaux et Niestlé, 34-80.

Moscovici, S. (1994). *Psihologia socială sau maşina de fabricat zei*. Iaşi : Editura Universităţii „Al.I. Cuza".

Moscovici, S. (1997). Fenomenul reprezentărilor sociale. În A. Neculau (coord.). *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*. Iaşi : Polirom.

Neculau, A. (coord.) (1997). *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*. Iaşi : Polirom.

Neculau, A. (1996). Reprezentările sociale – dezvoltări actuale. În A. Neculau (coord.). *Psihologie socială. Aspecte contemporane*. Iaşi : Polirom.

Neculau, A. (2000). Controlul contextului şi manipularea reprezentărilor sociale. *Psihologia socială*, 5.

Quetel, C. (1986). *Le mal de Naples, histoire de la syphilis*. Paris : Seghers.

Seca, J.M. (2001). *Les représentations sociales*. Paris : Armand Colin.

Verges, P. (1992). L'évocation de l'argent, une méthode pour la définition du noyau central d'une représentation. *Bulletin de Psychologie*, XLV, 405, 203-209.

Verges, P. (1994). Approche du noyau central : propriétés qualitatives et structurales. În Ch. Guimelli (ed.). *Structures et transformations des représentations sociales*. Lausanne : Delachaux et Niestlé.

Concepte-cheie

Ancorare – proces de transferare a unor caracteristici noi într-un cadru de referinţă cunoscut, familiar ; înseamnă a clasifica, denumi, eticheta ; alocare de categorii şi nume.

Context – sistem de idei şi credinţe, norme şi obiceiuri care constituie anturajul social şi cultural în care evoluează individul şi care se transmit prin educaţie şi limbaj. Contextul furnizează cadre referenţiale, imagini de marcă, modele comportamentale şi practici cotidiene, asigurând socializarea şi integrarea socială.

Ideologie – ansamblu structurat de idei, teorie implicită despre om, ideal social care furnizează semnificaţii pentru stăpânirea realităţii, justifică şi legitimează interesele unui grup social ; mod de viaţă, model imaginar care impulsionează producţia de reprezentări sociale şi discursul actorilor sociali.

Nucleu central – orice reprezentare socială este organizată în jurul unui nucleu central care determină semnificaţia şi structura acesteia. Nucleul central se defineşte prin caracteristicile sale calitative ; el este determinat de memoria colectivă şi de normele grupului, asigură consensualitatea acestuia, este stabil, coerent şi relativ independent de contextul social.

Obiect al reprezentării – orice reprezentare socială se raportează la un obiect, la un loc, o situaţie, un fapt, o persoană, un eveniment, o idee şi redă starea de spririt a unui individ sau grup decupat din realitate. „Obiecte" pot fi diferite domenii ale vieţii sociale, organisme sociale, politici instituţionale, locuri şi servicii sociale.

Obiectificare – procesul cognitiv prin care individul sau grupurile transformă conceptele, noţiunile abstracte în imagini familiare ; proces de simplificare a informaţiilor, de concretizare a noţiunilor, ataşându-le sensuri familiare, imagini comune.

Principiu organizator – funcţia de reglare socială a reprezentărilor sociale ; stabilirea unor relaţii normative, luarea unor poziţii cu privire la credinţele comune, un set de semnificaţii şi cogniţii comune.

Reprezentare colectivă – în concepţia lui Durkheim, o clasă foarte generală de fenomene psihice şi sociale venind din trecut, ca un fir comun care reuneşte cunoştinţe, religia, tradiţiile, miturile şi ideologiile, sentimentele şi credinţele comune, situate în afara individului.

Reprezentările sociale – pentru S. Moscovici, RS înseamnă un ansamblu structurat de valori, noţiuni şi practici relative la obiecte, aspecte sau dimensiuni ale mediului social. Alţi autori se referă la capacitatea RS de a oferi o cunoaştere socială specifică, grile de lectură a realităţii, principii generatoare de luări de poziţii, o viziune funcţională asupra lumii.

Transformare – proces de evoluţie şi schimbare a reprezentărilor sociale sub impactul ideilor, normelor şi practicilor sociale noi.

Memoria socială

Adrian Neculau, Ticu Constantin

PREFAȚĂ

Capitolul face o prezentare a conceptului de *memorie socială* din perspectiva conținutului prin care aceasta se obiectivează în viața socială. Pentru început sunt evocate o serie de *repere istorice* legate de evoluția acestui concept, după care sunt descrise sintetic câteva *orientări teoretice definitorii* pentru descrierea lui. Sunt detaliate teorii clasice ale memoriei sociale, care pun accent pe „cadrele sociale" și pe „comemorare" ca modalități de formare și întărire a unei reprezentări comune despre trecut. Sunt prezentate și câteva contribuții realizate din perspectiva cognitivistă, contribuții care pun accentul pe modul de codificare și evocare la nivel individual a informațiilor despre evenimentele sociale. Capitolul se încheie cu o analiză a punctelor comune și a elementelor de diferențiere între perspectivele asupra memoriei sociale propuse de orientarea psihosociologică europeană și cea cognitivistă.

Goana după produse în comunism

„Îmi amintesc, de exemplu, coada la lapte... ca să prind și unt, veneam de la 4 dimineața sau chiar mai devreme și stăteam sub zidurile alimentarei ca să fiu sigur; familia făcea cu schimbul: stăteam o oră, după care plecam la serviciu și venea fiul și mă înlocuia. La coada la pâine apărea un fenomen: la început se dădea oricâtă, după care cei din spate începeau să strige să se dea mai puțină, să ajungă la toți, și se dădea mai puțină. Dintre toate cozile din C., cele mai impresionante erau cele la butelii. Când se anunța că vin butelii în ziua cutare, se făceau liste cu poziția cumpărătorilor pentru a se aștepta apoi câteva zile. Mașina cu butelii întârzia uneori cu zilele sau nu mai venea din nu știu ce motiv. Listele se refăceau, uneori se pierdeau, așa că era bine să stai acolo. Era groaznic, foarte obositor, oamenii se enervau" (T.L., 37 de ani) (A. Neculau, 2001).

Memoria socială a unui eveniment remarcabil: fuga lui Ceauşescu

„Mă aflam în trenul personal Putna-Iaşi, deoarece eram profesor stagiar la V. Mă întorceam la Iaşi. De dimineaţă, la şcoala unde activam am auzit unele zvonuri [...]. În gara Rădăuţi, unde ajungeam la ora 13, lumea era foarte agitată. Prima confirmare am auzit-o de la un bucovinean de vreo 120 kg, care i-a strigat unei femei: «Dă-te la o parte cucoană, că vremea voastră o trecut. Ceauşescu s-o dus, tu-vă... etc.!». Apoi în compartiment a urcat un bărbat cam la 45 de ani, cu barbă, care ne-a anunţat exaltat că Ceauşescu a fugit şi că la Bucureşti se demonstrează împotriva lui. Cred că în compartiment toată lumea simţea ceva între bucurie şi frică, fiindcă era teama de o diversiune sau posibili securişti aflaţi în tren care te-ar fi arestat sau lichidat în cazul cel mai rău. În altă gară ne-am întâlnit cu un tren plin de oameni care se întorceau din Timişoara, oraş ce fusese închis total o vreme. Am văzut atunci oameni răniţi, cu bandajele pline de sânge şi am realizat că ceea ce auzisem la radio dimineaţă erau fapte reale şi oamenii aceia erau lângă mine" (B.F., 34 de ani).

„Eram la masă, la restaurant, împreună cu câţiva colegi. A apărut cineva, care coborâse în goană de la etaj (unde era un televizor) şi a anunţat că Ceauşescu a fugit şi că la televizor vorbeşte Mircea Dinescu. [...] M-am uitat în jur, la colegii de la celelalte mese, şi am avut impresia că tuturor le e frică, fiindcă, pentru câteva secunde, au lăsat capetele in jos" (L.D., 49 de ani).

„Oamenii din preajma mea erau îngrijoraţi. Erau colegii mei de muncă din [...] care nu îndrăzneau să comenteze absolut nimic. Eram la serviciu şi ziua mi-a rămas în minte ca una paralizantă. Totul încremenise, timpul părea că se oprise în loc, iar noi nu aveam nici un spor în ceea ce aveam de făcut. [...] Ceva mai târziu am urmărit la televizorul din secţie plecarea lui Ceauşescu. Aveam cu toţii un puternic sentiment de eliberare. Dar ne era frică să ne exteriorizăm. Nu ştiam ce va urma. [...]" (A.P., 35 de ani).

1. Introducere în problematica domeniului

Deşi poate fi considerat un concept clasic, termenul „memorie socială" este încă un subiect de definire conceptuală, de analiză şi de relaţionare cu concepte din paradigme apropiate, cum sunt cele de *gândire socială*, *reprezentări sociale*, *cogniţie socială* etc. Aceasta pentru că, pe de o parte, nu există un mod distinct, unitar de a defini şi interpreta acest concept, iar pe de altă parte, nu există o definiţie clară a conceptului, acceptată de majoritatea specialiştilor din domeniu.

Psihologii de orientare sociologică, pe o filiaţie care vine de la Émile Durkheim (cel care a propus conceptul de „conştiinţă colectivă"), pun accentul pe colectivitate în ansamblul ei şi nu pe individ în definirea conceptului de **memorie socială sau memorie colectivă**. *Memoria socială* este înţeleasă ca fiind una dintre formele de convertire a gândirii sociale, ca o modalitate de exprimare a acesteia, alături de cea a *reprezentărilor sociale*. Memoria socială se construieşte printr-o ancorare culturală, istorică şi socio-politică, grupurile fiind acelea care creează o istorie comună, comunică şi transmit reprezentările proprii, transformă reprezentările publice în reprezentări mentale, naturalizează faptele, creează o reprezentare comună despre trecut.

Punând accentul pe individ şi nu pe colectivitate, psihologii de filiaţie cognitivistă preferă să utilizeze sintagma *memoria evenimentelor publice/sociale* pentru a se referi la modul de recepţie, păstrare şi evocare, *la nivel individual*, a evenimentelor cu relevanţă socială sau sintagma *memoria evenimentelor colective*, pentru a se referi la co-construcţia, prin evocare, realizată de un grup mic (de exemplu familia), a unui eveniment distinct trăit împreună.

În paginile următoare vom utiliza termenul generic de *memorie socială*, fără a ne declara partizanii nici uneia dintre aceste concepţii.

2. Repere în studiul memoriei sociale

Funcţiile arhivatorii ale memoriei au fost pentru prima dată accentuate în lucrările biografice şi istorice. În biografiile şi în povestirile istorice, intima asociere dintre *memorie* şi *povestire* au apărut probabil din dorinţa de a folosi trecutul pentru a instrui generaţiile prezente şi viitoare. Însă biografii şi istoricii nu au fost interesaţi de reamintirea în sine (*per se*), de care se vor ocupa mai târziu psihologii şi psihosociologii.

Începuturile cercetării sistematice a memoriei le putem situa la Hermann Ebbinghaus, Francis Galton şi Sigmund Freud. Ei au iniţiat tradiţii diferite în cercetarea memoriei. H. Ebbinghaus a studiat memoria ca un *profesor* interesat de eficienţa repetiţiilor pentru învăţare şi de ritmul de pierdere (uitare) a informaţiilor. Fr. Galton a abordat studiul memoriei în maniera unui *botanist*, fascinat de varietate şi preocupat să descrie, să cuantifice şi să codifice formele de memorie. Stilul lui S. Freud a fost acela de *biograf*, el fiind interesat de memorie pornind de la eforturile sale de a explica şi trata nevrozele, insistând pe rolul decisiv pe care îl au amintirile traumatice pentru evoluţia personalităţii individuale.

Discipol al lui Émile Durkheim, Maurice Halbwachs a fost, practic, cel care poate fi situat la începuturile analizei şi cercetării memoriei sociale. În două cărţi memorabile – *Cadrele sociale ale memoriei* (1925) şi *Memoria colectivă*[1] (1950) –, autorul a argumentat că întregul conţinut al memoriei (individuale) este determinat social, datorită influenţelor pe care le au grupul de apartenenţă sau societatea asupra formării individului şi asupra acţiunilor şi gândirii sale. Contemporan cu el, Frederik C. Bartlett a avansat ideea conform căreia cultura contribuie la fixarea semnificaţiilor şi prin aceasta la structurarea memoriei. El a subliniat faptul că pierderea în timp a informaţiilor nu se datorează uitării, ci restructurării de sens a memoriei, prin reorganizarea informaţiilor mnezice în jurul unui element semnificativ.

---

[1] Publicată postum, autorul fiind asasinat de nazişti în al doilea război mondial.

Mai târziu, abordând tangenţial memoria socială, Marc Bloch (1953) analizează paralelismul dintre istorie şi psihologie, cu referire la încrederea pe care putem să o acordăm datelor reţinute de memoria istorică şi celor reţinute de memoria individuală sau socială. Dintr-o altă perspectivă, E. Shils (1981) subliniază rolul tradiţiilor şi al datelor asociate contextului în care ne naştem (etnicitatea, religia şi naţionalitatea) în formarea identităţii şi memoriei sociale. Preluând şi dezvoltând ideile valoroase ale lui M. Halbwachs, câţiva ani mai târziu, Gerard Namer (1987) analizează importanţa şi semnificaţia instituţiilor în formarea memoriei sociale şi evidenţiază rolul remarcabil jucat de „practica comemorării" în formarea sau schimbarea reperelor memoriei sociale.

Deşi nu alocă în manuale capitole distincte studiilor despre memoria socială şi nu insistă pe definirea acestui domeniu, psihologia cognitivă contemporană şi-a adus contribuţii importante, prin cercetări experimentale punctuale, care pot fi valoroase în analiza memoriei sociale. De exemplu, Roger Brown şi James Kulik au propus, în 1986, conceptul de amintiri „flash" (*flashbulb memories*). Ei au arătat că, atunci când în viaţa unei persoane au loc evenimente puternic încărcate emoţional sau când aceasta află despre un eveniment public neaşteptat, şocant (asasinarea preşedintelui Kennedy, fuga lui Ceauşescu, atacul terorist asupra clădirilor World Trade Center şi Pentagonului etc.), memoria păstrează scenele receptării acestor evenimente împreună cu numeroase detalii ale unor elemente banale din contextul de receptare a acestor informaţii. Un alt exemplu de contribuţii punctuale ale psihologiei cognitiviste este cel oferit de N.R. Brown *et al*. (1986), care, întrebându-se în ce fel cunoştinţele pe care oamenii le au despre evenimentele publice sunt legate de cele autobiografice, analizează modul de datare a acestor evenimente şi relaţiile existente între ele.

3. Teorii şi direcţii de cercetare în studiul memoriei sociale

3.1. Teorii clasice ale memoriei sociale

Începuturile teoretizării conceptului de *memorie socială* sunt legate de cele ale teoretizării conceptului de *reprezentare colectivă*. Concepţia despre memoria colectivă elaborată de M. Halbwachs a avut ca prim obiectiv să răspundă la criticile aduse noţiunii de „reprezentări colective" propuse de É. Durkheim. În viziunea acestuia din urmă, reprezentările colective erau concepute ca entităţi autonome care se impun grupurilor sociale sau indivizilor printr-un proces de inoculare în momentul socializării. De exemplu, constatarea apartenenţei unei persoane la un grup social inducea ideea unei interiorizări integrale şi imediate a reprezentărilor colective pe care le presupune caracteristice acelui mediu. M. Halbwachs completează această viziune asupra socialului. El recunoaşte rolul determinant al cadrului social în procesul de formare a reprezentărilor despre prezent sau despre trecut. În plus, subliniază rolul interacţiunii interindividuale în interiorul grupului, schimbul prin „reciprocitatea de perspective" în formarea acestor reprezentări. Pentru M. Halbwachs, organizarea memoriei este în raport cu structurarea experienţei sociale prin modalităţile concrete de interacţiune socială a indivizilor şi a grupurilor sociale.

3.1.1. *Teoria „Cadrelor sociale ale memoriei" (M. Halbwachs)*

M. Halbwachs face distincţia dintre *memoria individuală*, *memoria colectivă* şi *memoria socială*. În concepţia lui Halbwachs, ***memoria socială*** este rezultatul filtrării, reconstrucţiei şi esenţializării conţinuturilor unor multiple *memorii colective*, coexistente într-un anumit spaţiu geografic şi cultural. ***Memoria colectivă*** este caracteristică fiecărui grup în parte (ţărani, deportaţi, intelectuali, mineri etc.), este condiţionată de anturajul social comun şi coexistă, în acelaşi timp şi spaţiu, cu alte memorii colective, având atât elemente comune cu acestea, cât şi elemente de diferenţiere. La rândul ei, memoria colectivă se formează în urma interacţiunii dintre membrii grupului, partajării *memoriilor individuale* în cadrul acestui grup („reciprocitate de perspective") şi interiorizării elementelor dominante.

M. Halbwachs consideră că memoria individuală este, în mod esenţial, determinată de factorul social prin faptul că anturajul social al individului îi furnizează acestuia instrumente de decodificare şi interpretare a realităţii (limbajul şi conceptele), îi permite schimbul de informaţii şi opinii prin intermediul interacţiunii sociale, îi oferă repere sociale, valori de referinţă, norme colective şi deseori îi sugerează sau impune o viziune comună, dominantă.

În viziunea lui M. Halbwachs, memoriile individuale, puternic condiţionate de contextul social al grupului de referinţă, participă la formarea unor memorii colective specifice grupurilor, iar din acestea, consecutiv uitării unor elemente, filtrării şi reconstrucţiei conţinuturilor, se formează memoria socială a comunităţii sau naţiunii (fig. 1).

Teoria lui M. Halbwachs asupra memoriei este unică nu numai prin faptul că insistă asupra definirii şi descrierii conceptului de „memorie colectivă", ci şi pentru că gândeşte că întreaga memorie este colectivă datorită influenţelor grupului de apartenenţă sau ale societăţii asupra formării individului şi acţiunilor sale individuale sau colective.

Una dintre sintagmele centrale în teoria lui M. Halbwachs este aceea de **„cadre sociale ale memoriei"**. Ele sunt văzute atât ca amintiri stabile şi dominate ale grupului, formate de-a lungul istoriei lui, amintiri care se transmit indivizilor din cadrul grupului împreună cu valori implicite, dar şi ca repere spaţiale sau fizice (vestigii culturale, monumente) care permit rememorarea. Cadrele sociale ale memoriei nu sunt doar cele „publice", de importanţă naţională, ci şi cele apropiate individului, asigurate de colectivitatea sau grupul din care face parte. Atât cadrele publice, cât şi cele colective oferă individului, în egală măsură, reperele social-istorice şi o anumită orientare valorică, o ideologie deseori implicită.

Memoria noastră (individuală, colectivă) este în realitate o memorie socială pentru că ea evoluează în nişte „cadre sociale". Credem că memoria colectivă poate fi influenţată de cultura dominantă, după cum ea poate deveni şi un instrument ideologic şi cultural prin care individul absoarbe amintirile ce îi sunt sugerate, împărtăşindu-le împreună cu ceilalţi membri ai colectivităţii.

ANTURAJUL social al individului
CADRELE SOCIALE ALE MEMORIEI :
repere specifice grupului ; repere generale ale societății)
Contextul social-istoric comun
Cultura, valorile dominante și ideologia
Limbajul, concepiele și interacțiunea socială
Amintiri dominate ale grupului
Comemorări, locuri comemorative, tradiții
MEMORII INDIVIDUALE
Reflecție
Co-rememorare (cu ceilalți)
Conflict
Partajarea „reciprocității de perspective"
GÂNDIREA SOCIALĂ
MEDIUL social al grupurilor
MEMORIA COLECTIVĂ (a grupului 1.)
MEMORIA COLECTIVĂ (a grupului 2.)
MEMORIA COLECTIVĂ (a grupului 3.)
⇨Uitarea
⇨Re-construirea memoriilor colective
⇨Esențializare
MEMORIA SOCIALĂ

Figura 1. Reprezentarea schematică a concepţiei lui M. Halbwachs

Principalele argumente avansate de M. Halbwachs în favoarea caracterului social al memoriei sunt cele care accentuează faptul că memoria este împărtăşită de un grup, de o colectivitate, că noi completăm amintirile noastre ajutându-ne de amintirile celorlalţi, că memoria noastră se serveşte de inteligenţa şi conceptele dobândite social, că modul nostru actual de a înţelege şi „circumstanţele" amintirii ţin de un trecut personal şi colectiv.

După cum am mai subliniat (Neculau, 1999, p. 181), *„cadrele transformă amintirile, îl schimbă pe individ ca membru al colectivităţii, lucrează continuu asupra amintirilor sale ; le descompune şi recompune, coordonează imagini care-i permit să articuleze experienţele şi actele sale cu experienţele şi actele membrilor grupului său"*. Individul este influenţat şi, în timp, chiar modelat de aceste repere şi de valorile implicite transmise de cadrele sociale ale memoriei.

Dincolo de latura clasică a teoriei lui, M. Halbwachs a avut şi câteva idei vizionare deosebit de interesante pentru acea epocă. Una dintre ideile importante postulează că grupurile exercită o influenţă eronată („bias"-ată) asupra conţinuturilor memoriei colective. Fiecare grup simte că a rămas acelaşi o dată cu trecerea timpului şi caută să-şi menţină identitatea, accentuând continuitatea şi similaritatea, coerenţa dintre trecut şi prezent.

Caseta 1

Schimbarea reperelor sociale

Nu trebuie să mergem prea departe pentru a găsi exemple de modelare a unor „cadre sociale ale memoriei”. În România, după ce comuniştii au venit „pe tancurile sovietice”, s-a început o campanie agresivă de afirmare ca principali luptători împotriva fascismului şi asupririi.

După „câştigarea” alegerilor şi în deceniile ce au urmat – aşa cu sublinia Septimiu Chelcea (1996) –, după încercarea de a impune o istorie falsă a românilor (cea scrisă la comandă de Mihai Roller), comuniştii au aplicat o strategie mult mai laborioasă de a impune conştiinţei publice alte cadre ale memoriei. Prima etapă a acestei strategii a constat în „ştergerea” reperelor istorice reprezentate de monumente, nume de străzi, muzee şi înlocuirea lor cu repere care să ateste existenţa şi continuitatea trecutului comunist. Apoi, prin activitatea propagandistică lansată prin mass-media şi manualele şcolare, s-au transmis reperele unei istorii care sublinia lupta împotriva asupririi, existenţa „luptei de clasă” şi rolul decisiv al clasei muncitoare în construcţia „prezentului luminos” de atunci. Astfel s-au creat repere, cadre explicite ale memoriei care transmiteau, implicit, anumite valori, care susţineau ideologia comunistă.

Aceeaşi strategie de ştergere a vechilor cadre ale memoriei şi de impunere a altora noi s-a aplicat şi după evenimentele din 1989, de această dată în numele democraţiei, al întoarcerii la vechile repere istorice şi în încercarea, deliberată sau nu, de negare a celor 50 de ani de istorie comunistă.

M. Halbwachs susţine că grupul este sub influenţa unei iluzii când crede că similaritatea este mult mai importantă decât diferenţa. Pentru a menţine această iluzie şi a întări identitatea de grup, grupurile subliniază similarităţile în detrimentul diferenţelor, cu un accent special pe ceea ce le diferenţiază de alte grupuri: *„Memoria colectivă este o relatare a asemănărilor şi, în mod natural, există convingerea că grupul rămâne acelaşi deoarece ne focalizăm atenţia asupra grupului, în timp ce ceea ce s-a schimbat sunt relaţiile în interiorul grupului sau contactele grupului cu alte grupuri”* (Halbwachs, 1994, p. 152).

O altă idee interesantă analizată de Halbwachs este aceea a contrastului dintre *memoria colectivă a grupului*, care favorizează asemănarea, şi *istorie* – care subliniază diferenţele. Istoria este o relatare a schimbărilor, susţine Halbwachs, şi este mai puţin interesată de acele intervale în care au avut loc puţine schimbări. Datorită acestei tendinţe, istoria este discontinuă, accentele şi conţinuturile sale referindu-se la schimbări. În contrast, în timp ce istoricii văd evenimentele din afară, în memoria colectivă grupul vede evenimentele din interior, pe un interval de timp de regulă mai mic decât durata unei vieţi umane.

În plus, aşa cum nota S. Chelcea (1998), M. Halbwachs a intuit şi faptul că memoria nu reprezintă „conservarea imaginilor”, ci „reconstrucţia imaginilor”, că avem imagini din trecut şi evocăm trecutul în interacţiune cu membrii grupului din care facem parte, deseori „reconstruindu-l", grupul fiind, prin urmare, depozitarul memoriei colective.

În completarea tezei lui Halbwachs, R. Bastide (1970) arată că nu există memorie colectivă decât dacă un grup este prezent şi, în plus, acest grup este socializat, organizat şi structurat conform unui model care să-i permită menţinerea acestei memorii colective. Grupul trebuie să conserve structura grupului originar pentru a menţine o memoria colectivă originară, în caz contrar, el fabricând din amestecul de mituri, credinţe, religii şi vestigii ale memoriei o memorie colectivă „contrafăcută" sau departe de realitatea originară. Un exemplu sugestiv în acest sens este cel referitor la conţinuturile memoriei colective a negrilor din Brazilia sau din SUA, care, datorită faptului că au pierdut legătura cu tradiţia autentică, au reconstituit tradiţii şi mituri din elementele disparate ale memoriei colective şi din miturile şi credinţele preluate de la alte grupuri.

3.1.2. *Identitate, comemorarea evenimentelor publice şi memoria socială*

Numeroşi cercetători din diferite discipline au examinat relaţia dintre memorie şi identitatea socială. Aşa cum am văzut, M. Halbwachs a descris conceptul de *memorie colectivă*, care apare numai în prezenţa altora, într-un cadru social cum este familia, şcoala, Biserica sau statul.

În crearea identităţii sociale, un rol important îl au tradiţiile şi conţinuturile asociate contextului în care ne naştem (etnicitatea, religia, naţionalitatea etc.). Edward Shils, sociolog interesat de funcţionarea socială a memoriei umane, în cartea sa *Tradiţii* (1981), acordă o atenţie deosebită memoriei ca mecanism important care structurează tradiţiile şi tradiţiilor ca instrument de formare a memoriei sociale. Pentru E. Shils, o parte importantă a identităţii personale este formată de anumite conţinuturi ale memoriei (numite de el „surse ale tradiţiilor" – cele legate de familie, clasă socială, religie, rasă etc.), conţinuturi care sunt mai degrabă rezultatul îndoctrinării timpurii decât al învăţării prin experienţă. Aceste surse ale identităţii personale ajută formarea unui „simţ al trecutului" la fiecare individ, ca parte a memoriei sociale.

Pe de altă parte, un loc aparte în crearea şi întărirea identităţii sociale a individului şi în construirea memoriei sale sociale îl au comemorările evenimentelor publice considerate de către grup sau colectivitate ca fiind definitorii pentru existenţa sa istorică.

L. Ruedenberg-Wright (1996), analizând tradiţia ebraică în ansamblu şi luând ca exemplu comemorarea publică a Holocaustului, crede că comemorarea unor evenimente publice este „*o expresie a căutării colective a semnificaţiei trecutului, trecut care la rândul lui îşi creează propriile amintiri*". Autoarea susţine că evenimentele publice sunt „*«locuri ale memoriei», locuri materiale, funcţionale şi simbolice care cristalizează şi transmit amintirile de la o generaţie la alta*". În acord cu alţi autori la care face trimitere, ea subliniază faptul că, în religia ebraică, sintagma „*reaminteşte-ţi*" este un imperativ religios care a fost crucial pentru soarta şi existenţa Israelului, ritualurile rabinice ale reamintirii invocând o „comuniune de generaţii".

Formarea şi transmiterea amintirilor colective în tradiţia ebraică se realizează printr-o multitudine şi diversitate de modele comemorative, cum ar fi citirea textelor religioase, participarea la servicii de comemorare, realizarea de pelerinaje sau respectarea sărbătorilor.

Caseta 2

Comemorarea

În acelaşi sens, interesantă a fost şi lupta purtată în Franţa între gruparea politică formată în jurul comuniştilor şi cea social-democrată formată în jurul lui Charles de Gaulle imediat după al doilea război mondial. Fiecare grupare încerca să impună conştiinţei publice franceze atât ideea importanţei, rolului decisiv jucat de ea în lupta împotriva ocupaţiei naziste, cât şi ideea continuităţii, a moştenirii tradiţiei revoluţionare pe care ea o reprezenta.

Imediat după război, moment în care cele două grupări politice erau relativ echilibrate ca forţă, fiecare se străduia să ofere conştiinţei publice anumite „cadre sociale ale memoriei", prin comemorarea unor anumite evenimente sau momente din istoria Franţei. De exemplu, comuniştii invitau populaţia la comemorarea unor evenimente „roşii" - „Comuna din Paris", „Căderea Bastiliei", „1 Mai", încercând astfel să sublinieze rolul decisiv jucat de „clasa muncitoare", de „forţele populare" în lupta împotriva asupririi sau a ocupaţiei naziste (subliniind astfel continuitatea, moştenirea tradiţiei şi, prin aceasta, legitimitatea accesului la putere). În replică, Charles de Gaulle şi susţinătorii lui propuneau francezilor două teme : „Franţa eternă" şi „războiul de 30 de ani" (1914-1944), celebrând evenimente naţionale : 12 mai - comemorarea Jeannei d'Arc, 14 iulie - Ziua Drapelelor, 18 iunie - victoria franceză şi gaullistă, 22 august - proclamarea Republicii în 1944.

Această „luptă a comemorării" a fost în cele din urmă pierdută de comunişti, cei care au impus „cadrele sociale ale memoriei" pentru Franţa zilelor noastre fiind forţele politice grupate în jurul lui Charles de Gaulle.

De cele mai multe ori, evenimentele comemorate sunt alese în funcţie de „politica" declarată sau ascunsă a societăţii dominante. Aşa cum am mai subliniat, evenimentele alese drept „cadre sociale ale memoriei" transmit şi valori, explicite sau implicite, asociate acestor cadre şi pot duce la legitimarea poziţiei politice a unui grup sau a unei orientări politice. Uneori are loc o „luptă" a comemorărilor în încercarea diferitelor forţe politice de a impune conştiinţei publice ideea continuităţii, tradiţiei şi legitimitatea accesului la putere. O astfel de luptă a avut loc şi în România de după cel de-al doilea război mondial, între susţinătorii regalităţii şi cei ai comunismului. Ea a fost scurtă şi s-a încheiat prin victoria comuniştilor (sprijiniţi decisiv de către forţele sovietice ruse).

Aşa cum sublinia L. Ruedenberg-Wright (1996), evenimentele publice de tipul ceremoniilor de comemorare constituie un „sistem simbolic public", care este sursa din care comunitatea descoperă, redescoperă şi îşi transformă propria cultură, „generaţie după generaţie". Prin structura lor, evenimentele publice pot induce acţiunea, cunoştinţe şi experienţă. Ceremoniile participă la crearea „autobiografiilor colective", care servesc reamintirii participanților despre identitatea împărtășită. Amintirile culturale comune sunt astfel sedimentate sau întărite prin intermediul unor interacțiuni mai mult sau mai puțin ritualice.

3.2. Perspective cognitiviste în studiul memoriei sociale

Cele două contribuții prezentate în continuare, deși nu pot fi considerate definitorii pentru analiza conceptului de „memorie socială", așa cum este el definit până acum, ne oferă o altă perspectivă de analiză a amintirilor despre evenimentele sociale, centrată, de această dată, pe aspectele individuale. Credem că este necesară prezentarea acestora în primul rând pentru că putem identifica elemente interpretative noi, utile în înțelegerea formării inițiale, la nivel individual, a amintirilor despre evenimentele publice. Un al doilea argument este legat de ideea comunicării între specialiști, de necesitatea schimbului de informații și puncte de vedere între cercetătorii care lucrează în paradigme teoretice diferite.

3.2.1. *Amintirile evenimentelor publice și contextul lor personal*

N.R. Brown și colaboratorii săi cred că înțelegerea unui eveniment public, ca și înțelegerea unui episod al unei povestiri, depinde de cunoștințele noastre despre situația respectivă și că, în astfel de cazuri, mass-media recapitulează antecedentele evenimentului respectiv pentru a-l face mai inteligibil, întocmai cum procedează fiecare dintre noi în fața unui eveniment inedit. Așa cum o vom arăta în subcapitolul următor („Amintirile de tip «flash»"), câțiva ani mai târziu, M. Conway (1994) confirmă această opinie și demonstrează rolul decisiv jucat de *informațiile anterioare* și de *interesul pentru politică* în formarea unor amintiri durabile, legate de evenimente publice importante.

Interesându-se de modul în care oamenii procedează în încercarea de datare a unor evenimente publice, autorii au căutat să înțeleagă în ce măsură strategia de datare aruncă o lumină asupra modului în care evenimentele publice sunt reamintite și integrate cu informații referitoare la fapte ale vieții personale. Datele experimentale confirmă ideea că procesul de datare implică o căutare prin memorie după fapte, puncte de reper explicite despre care avem informații și care pot fi puse în legătură cu evenimentul pe care încercăm să îl datăm. Aceste evenimente – „puncte de reper" pot fi evenimente publice sau autobiografice.

Rezultatele studiului realizat de autorii menționați au arătat că, o dată stocate, informațiile referitoare la evenimentele curente pot include date despre evenimentul în sine (participanți, localizare, acțiuni), date care leagă evenimentul de alte evenimente (cauze ale evenimentului, consecințe) și date despre contextul personal (cum și de unde au fost asimilate informațiile referitoare la eveniment, cu cine s-a discutat etc.).

Caseta 3

Datarea evenimentelor sociale

Într-un experiment tipic de datare, li se oferă subiecţilor câteva descrieri ale unor evenimente publice, fiind rugaţi să noteze data pentru fiecare eveniment în parte. Astfel de experimente, realizate de autori diferiţi, oferă rezultate concordante: proporţia răspunsurilor corecte (acurateţea datării lunii evenimentului) este de 3% (Brown *et al.*, 1985) sau 12% (Underwood, 1977; *apud* Brown *et al.*, 1986), ceea ce înseamnă foarte puţin.

Cu toate acestea, admite Brown, subiecţii demonstrează că ştiu corect ordinea relaţiilor temporale dintre evenimente. În aceste studii, între datele estimate şi datele reale s-a găsit o medie a corelaţiilor de 0,88 (Brown *et al.*, 1985) şi 0,96 (Underwood, 1977). Rezultatele de mai sus sugerează că subiecţii sunt destul de exacţi în localizarea evenimentelor curente importante, mai ales când se cere precizarea datei exacte în care a avut loc un eveniment, dar că recuperarea datelor calendarului stocat este probabil să nu fie foarte precisă (Brown *et al.*, 1986, p. 142).

Studiul a fost centrat pe analiza legăturii dintre amintirile personale şi cele publice, completând investigaţiile asupra amintirilor *flash* şi demonstrând că există componente autobiografice asociate şi evenimente publice mai puţin importante (Brown *et al.*, 1986, pp. 156-157).

3.2.2. *Amintirile de tip „flash”* (flashbulb memories)

În contextul analizei memoriei sociale, evenimentele de tip *flash* (*flashbulb memories*) ocupă un loc special. Conceptul „amintiri *flash*” a fost propus de Roger Brown şi James Kulik (1977), desemnând *amintiri intense şi foarte detaliate, asociate cu evenimente de o mare importanţă personală şi/sau care implică emoţii puternice, amintiri ce durează aparent neschimbate mai mulţi ani*. În concepţia autorilor menţionaţi, atunci când în viaţa unei persoane au loc evenimente puternic încărcate emoţional, memoria păstrează *scenele receptării* acestor evenimente, *împreună cu detalii bogate ale unor elemente banale din acest decor*.

Deşi această abordare este centrată pe studierea impactului individual al unor evenimente sociale şi nu pe modul în care aceste percepţii individuale se convertesc în timp în memorii colective sau sociale, credem că este utilă prezentarea ei deoarece ne poate oferi noi elemente în înţelegerea punctului iniţial (individual) pornind de la care se pot forma unele elemente ale memoriei sociale.

În definirea amintirilor „flash” se face distincţie între *evenimentul original* (fuga lui Ceauşescu, atacul terorist asupra clădirilor World Trade Center şi Pentagonului etc.) şi *receptarea evenimentului*, adică circumstanţele personale în care evenimentul a fost asimilat de către diferiţi indivizi, amintirile „flash” referindu-se la *cadrul şi modul de receptare* a evenimentului original.

În urma analizei amintirilor despre demisia premierului englez Margaret Thatcher, M. Conway concluzionează că, în formarea amintirilor „flash”, constructul *cunoştinţe/interes* (cunoştinţele şi informaţiile despre mersul evenimentelor sau interesul în domeniul politic) este central prin faptul că el contribuie în mod semnificativ la variaţia celorlalte constructe şi, indirect, la variaţia tuturor variabilelor măsurate. Cu cât este mai mare valoarea acestui construct, cu atât cresc *importanţa* personală şi naţională (atribuită de către subiect evenimentului), *afectul* (exprimat prin surpriză şi intensitatea trăirilor la momentul receptării veştilor) şi *rememorarea* (exprimată prin repetiţia în gând a acelor evenimente, discuţiile cu alţii sau urmărirea dezbaterilor/informaţiilor mass-media).

Altfel spus, şansa de a se forma la nivel individual amintiri durabile despre un eveniment social este cu atât mai mare cu cât individul este profund interesat de domeniul respectiv sau are informaţii multiple despre acel domeniu al vieţii sociale. În plus, cu cât subiectul acordă o importanţă personală sau socială deosebită, cu atât mai mult el este impresionat afectiv şi tentat să rememoreze evenimentul (singur sau împreună cu ceilalţi) sau să urmărească relatări sau dezbateri despre eveniment.

Cea mai surprinzătoare trăsătură reprezentată în figura 2 este aceea că există numai două influenţe directe asupra acurateţei amintirilor „flash"[1], *afectul* şi *repetiţia*. Această secţiune a modelului arată că acurateţea amintirilor creşte direct proporţional cu *trăirea afectivă* (exprimată prin surpriză şi intensitatea trăirii) şi *rememorarea*.

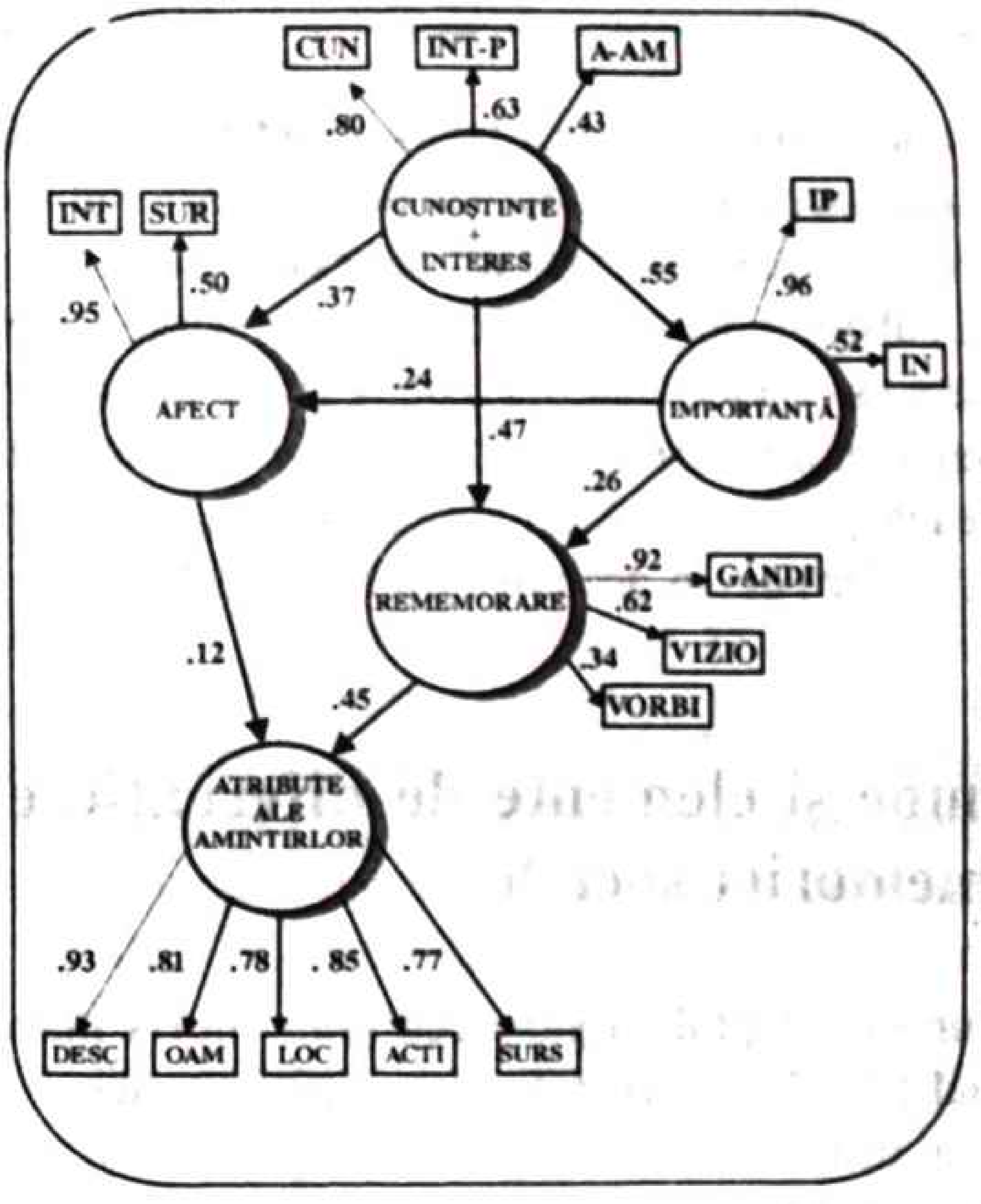

CUN
INT-P
A-AM
.80
.63
.43
CUNOŞTINŢE + INTERES
INT
SUR
.95
.50
.37
.55
IP
.96
.52
IN
AFECT
.24
IMPORTANŢĂ
.47
.26
REMEMORARE
.92
GÂNDI
.62
VIZIO
.34
VORBI
.12
.45
ATRIBUTE ALE AMINTIRILOR
.93
.81
.78
.85
.77
DESC
OAM
LOC
ACTI
SURS

Figura 2. Modelul cauzal al relaţiilor dintre variabilele secundare ale formării (Conway *et al.*, 1994, p. 337)

---

[1] Măsurată prin evaluarea variabilelor primare referitoare la: *acurateţea de descriere a amintirii* (*DESC*); *oameni* (*OAM*); *locul receptării evenimentului* (*LOC*); *activităţi întrerupte* (*ACTI*); *sursa informaţiilor* (*SURS*).

Nu există nici o legătură directă sau indirectă între afect şi repetiţie, deci se pare că procesele care stau la baza acestor constructe pot avea efecte separate în formarea amintirilor (Conway, 1994, p. 337).

Caseta 4

Fuga lui Ceauşescu

Pornind de la modelul teoretic propus de M. Conway, ne-am întrebat dacă evenimentele din 22 decembrie 1989 au dus la formarea unor amintiri de tip „flash" la români şi în ce măsură modelul teoretico-explicativ propus de M. Conway se verifică în cadrul cultural est-european.

Momentul luat de noi în calcul şi considerat a fi de maximă intensitate a fost cel în care posturile de radio şi televiziunea română şi-au întrerupt programul şi s-au auzit cuvintele rostite de M. Dinescu : *„Fraţilor, cu ajutorul lui Dumnezeu suntem în sfârşit liberi ! Dictatorul a fugit ! "*.

Rezultatele par să indice că modelul propus de M. Conway este valid ; amintirile românilor despre momentul „Fuga lui Ceauşescu" sunt amintiri de tip „flash", caracterizate prin bogăţia detaliilor despre momentul receptării informaţiilor şi persistenţa mare în timp.

În concluzie, în concepţia lui M. Conway, când unui eveniment i se atribuie o importanţă redusă, are loc într-un domeniu pentru care subiectul nu are nici prea multe informaţii şi nici un interes deosebit, dar există un nivel minim de trăire efectivă, atunci cele trei subcomponente participă la formarea unei amintiri „normale". Însă când un eveniment este judecat a avea o *mare importanţă* naţională sau personală, se grefează pe existenţa unor *informaţii anterioare* sau a unui *interes pentru domeniul respectiv* şi declanşează şi un *nivel înalt de surpriză* şi *intensitate* a trăirii afective, atunci sunt şanse să se formeze o amintire de tip „flash".

4. Puncte comune şi elemente de diferenţiere în analiza memoriei sociale

În general, este recunoscut faptul că gândirea şi memoria individuală sunt puternic influenţate de mediul social în care trăieşte individul. Acest punct de vedere este acceptat şi argumentat prin studii teoretice sau empirice atât de curentul cognitivist, cât şi de cel psihosocial european. Diferenţele între cele două perspective apar în momentul alegerii obiectului de referinţă : individul şi conduitele sale sub influenţa grupului (perspectiva cognitivistă), grupul şi conduitele sale sub influenţa societăţii (perspectiva psihosocială europeană). Ambele perspective fac referire la individ ca depozitar al cogniţiilor sociale şi la contextul social global ca sursă de informaţii şi influenţă, dar accentele, modelările teoretice şi, de aici, formulările conceptuale diferă datorită centrării pe unul dintre cele două aspecte.

Ambele perspective de analiză a socialului acceptă că intervin influenţe sociale pe parcursul dezvoltării individuale prin limbajul comun (ca formă de socializare), prin normele implicite sau explicite promovate de familie sau grup, prin modele culturale sau valorile furnizate de mediul social şi asimilate pe parcursul dezvoltării individuale. Influenţa socială (analizată de ambele perspective, dar operaţionalizată diferit) este prezentă în totalitatea interacţiunilor pe care individul le are cu ceilalţi, pornind de la receptarea informaţiilor, continuând cu schimbul de opinii sau perspective de interpretare şi finalizând cu interiorizarea unor concluzii, de cele mai multe ori influenţate sau marcate de opinia dominantă a grupului.

Există în psihologia cognitivă numeroase studii punctuale care „măsoară" impactul unor stimuli sociali asupra modului de codificare, menţinere şi evocare a informaţiilor la nivel individual. Dar psihologia socială cognitivă nu merge mai departe, nu depăşeşte decât rareori nivelul individual de analiză (pe care este în mod predominant centrată) pentru a analiza grupul în ansamblu. În schimb, rezultatele studiilor cognitive sunt extrapolate la nivelul întregii populaţii luate ca referinţă, cercetătorii cognitivişti susţinând că evaluează impactul unor stimuli asupra individului prin „măsurarea" diferenţei între reacţiile subiectului (cognitive, emoţionale sau comportamentale) înainte şi după introducerea stimulului. Astfel, istoria individului, influenţele sociale anterioare momentului cercetării sunt considerate „izolate" şi nu interesează decât această „diferenţă" pentru a demonstra impactul unui stimul social la nivel individual. În cadrul paradigmei astfel definite, cercetările cognitive sunt valide şi aduc informaţii importante privind reacţiile individuale tipice în faţa stimulilor sociali.

Referindu-ne la memorie, modele cognitiviste se referă în principal la elemente legate de cadrul personal de receptare a evenimentelor sau la modul de evocare in grup al unui eveniment comun şi mai puţin la conţinutul evenimentului în sine. Din acest motiv, studiile lor se referă la *memoria evenimentelor publice/sociale* (modul de recepţie, păstrare şi evocare, *la nivel individual*, a evenimentelor cu relevanţă socială) sau la *memoria evenimentelor colective* (co-construcţia, prin evocare, realizată de un grup mic, a unui eveniment distinct trăit împreună).

Parcurgând de la general spre particular, aşa cum am văzut în paginile anterioare, în concepţia psihosociologilor europeni, memoria socială se formează pornind de la memoriile colective, iar acestea, în urma schimbului şi reformulărilor care au loc în grupul depozitar al memoriei colective, din conţinuturile memoriilor individuale. Mai mult, aşa cum sublinia M. Halbwachs, mediul social oferă şi „cadrele sociale" care creează repere istorice sau provoacă la rememorare, permiţând astfel structurarea unor forme dominate de gândire şi a unor variate rememorative comune ale evenimentelor trecute.

De această dată, accentul este pus pe contextul social global care modelează gândirea colectivă şi care, astfel, determină în mare măsură conţinuturile gândirii şi memoriei individuale. Aşa cum am precizat în paginile anterioare, cogniţiile au un puternic caracter social tocmai prin faptul că sunt ataşate de un *context social*. „Individul care cunoaşte este supus unor diverse influenţe sociale, prin socializare, inserţie socială sau distribuirea unei identităţi sociale. Informaţia cu care este alimentat subiectul social nu este obiectivă, neutră, logică, tehnică, «raţională», ci atinsă de zvonuri, credințe, ideologii, practici magice furnizate de contextul social (Guimelli, 1999). Selectarea stimulilor, obiectivelor, evenimentelor cu care vine în contact îl «ancorează ideologic», iar gândirea sa este marcată de aceste influențe, adesea este insuficientă şi iraţională, uneori aberantă, distorsionantă, deviată de erori de apreciere" (Neculau, 2001).

În viziunea psihosociologilor europeni contemporani, *reprezentările sociale* şi *memoria socială* sunt elemente constitutive ale *gândirii sociale*. Dacă reprezentările sociale sunt specifice prezentului, definind percepţii colective, generale ale unor obiecte de reprezentare actuale (şomajul, democraţia, privatizarea), memoria socială se referă la reprezentările colective ale trecutului. Ea se formează în procesul de omogenizare a reprezentărilor trecutului şi de reducere a diversităţii amintirilor, procese care au loc prin comunicarea între indivizi sau între grupuri, situându-se astfel la punctul de întâlnire dintre individual şi colectiv, între psihologic şi social.

În concluzie, coroborând cele două perspective, observăm că ele vor să explice aceeaşi realitate dar pornind de la două extreme: de la particular, încercând să „măsoare", să „cuantifice" exact reacţiile individuale ca răspuns la stimuli sociali (curentul cognitivist); de la general, încercând să „deducă" reacţiile colective ale indivizilor ca răspuns la un context sociale global (curentul psihosocial european). Rezultatele ambelor orientări sunt valoroase, dar, deocamdată, există puţine zone de contact, de „întâlnire" pe acest continuum individual – social, nu atât datorită centrării pe cei doi poli ai demersului de cercetare, cât datorită modelării teoretice şi conceptuale diferite.

Credem că se cere un efort de comunicare între specialişti, un schimb reciproc acceptat de informaţii şi puncte de vedere între cercetătorii care lucrează în paradigme teoretice diferite. De exemplu, coroborând rezultate din cele două perspective, ne putem întreba dacă indivizii la care s-au format amintiri persistente (amintiri de tip „flash") despre un eveniment anume sunt mai rezistenţi la reformulările sau norma interpretativă propusă de grup sau de contextul social global, comparativ cu cei la care nu s-au format astfel de amintiri durabile. Ne putem întreba în ce mod amintirile despre *evenimentele publice* receptate într-un mod relativ unitar (de exemplu, informaţiile transmise în direct de mass-media despre atacurile teroriste de la Word Trade Center) suferă transformări de-a lungul timpului, în colectivităţi naţionale diferite, în funcţie de contextul socio-politic al acestor ţări şi „viziunea dominantă" oferită de mass-media. Astfel de studii sunt în curs de realizare şi poate vor permite o apropiere a punctelor de vedere asupra memoriei sociale din cele două paradigme.

REZUMAT

- Deşi poate fi considerat un concept clasic, termenul „memorie socială" este încă un subiect de analiză conceptuală, de definire şi de relaţionare cu concepte din paradigme apropiate.
- Spre deosebire de psihologii de filiaţie cognitivistă, care pun accentul pe individ în definirea unor concepte legate de memoria socială, psihologia socială europeană pune accentul pe colectivitate în ansamblul ei şi nu pe individ în definirea conceptului de „memorie socială" sau de „memorie colectivă".

- Maurice Halbwachs a fost, practic, cel care, în două cărţi memorabile (1925, 1950), a argumentat că întregul conţinut al memoriei (individuale) este determinat social, datorită influenţelor pe care le au grupul de apartenenţă sau societatea asupra formării individului şi asupra acţiunilor şi gândirii sale.
- Una dintre sintagmele centrale în teoria lui M. Halbwachs este aceea de „cadre sociale ale memoriei". Acestea sunt înţelese atât ca amintiri stabile şi dominante ale grupului, formate de-a lungul istoriei lui, amintiri care se transmit indivizilor din cadrul grupului împreună cu valori implicite, dar şi ca repere spaţiale sau fizice (vestigii culturale, monumente) care permit rememorarea. Individul este influenţat şi, în timp, chiar modelat de aceste repere şi valorile implicite transmise de cadrele sociale ale memoriei.
- Psihologii europeni contemporani consideră că *memoria socială* este una dintre formele de manifestare a gândirii sociale (alături de *reprezentări sociale*), grupurile fiind cele care creează o istorie comună, comunică şi transmit reprezentările proprii, transformă reprezentările publice în reprezentări mentale, naturalizează faptele, creează o reprezentare comună despre trecut.
- Contextul social al individului filtrează informaţiile şi evenimentele şi le transformă în reprezentări sociale, practici sociale specifice sau conţinuturi ale memoriei sociale, astfel încât individul este supus unor diverse şi multiple influenţe sociale în procesele de socializare, inserţie socială sau de distribuirea unei identităţi sociale, care sunt toate dependente de un anumit context social.

Întrebări şi teme de reflecţie

1. Din perspectiva celor citite, care ar fi diferenţele şi similitudinile dintre memoria colectivă şi memoria socială?
2. Există situaţii în care un acelaşi set de informaţii pot fi văzute atât ca informaţii ale memoriei colective, cât şi ca informaţii ale memoriei sociale? Argumentaţi cu exemple.
3. Amintirile despre evenimentele sociale rămân stabile în timp? Ce factori pot interveni în timp şi pot tranforma conţinutul unei amintiri cu semnificaţie socială? Faceţi analiza pe un exemplu real sau imaginat.
4. Explicaţi rolul contextului social în interpretarea momentului „decembrie 1989" de către diferite grupri sau categorii sociale.

Lecturi recomandate

Baddeley, A. (1998). *Memoria umană*. Bucureşti: Teora.

Chelcea, S. (1998). *Memorie socială şi identitate naţională*. Bucureşti: INI.

Chelcea, S. (1996). Memoria socială – organizarea şi reorganizarea ei. În A. Neculau (coord.). *Psihologie socială*. Iaşi: Polirom.

Constantin, T. (2002). Memoria socială; paradigme teoretice şi date empirice. *Psihologie socială*, 10.

Neculau, A. (1999). Memorie colectivă şi uitare. *Psihologie socială*, 3.

Neculau, A. (2000). *Memoria pierdută : eseuri de psihosociologia schimbării*. Iaşi : Polirom.

Neculau, A. (2001). Cum se construieşte azi memoria socială? *Psihologie socială*, 7.

Bibliografie

Abric, J.-C. ; Guimelli, Ch. (ed.) (1998). Représentations sociales et effets de contexte. *Connexions*, 72 (2), 23-37.

Beauvois, J.L. (1999). Les composants collectives de la personne. În J.L. Beauvois, N. Dubost, W. Doise. *La construction sociale de la personne*. Grenoble : PUG.

Beauvois, J.L. ; Channouf, A. ; Py, J. ; Somat, A. (1998). Logiques sociales de la connaissance : une vue d'ensamble. *Connexions*, 72 (2).

Berger, P. ; Luckman, T. (1999). *Construirea socială a realităţii*. Bucureşti : Univers.

Brown, N.R. ; Shevell, S.K. ; Rips, L.J. (1986). Public memories and their personal context. În *Autobiographical Memory*. Duke University, Cambridge University Press.

Chelcea, S. (1996). Memoria socială – organizarea şi reorganizarea ei. În A. Neculau (coord.). *Psihologie socială*. Iaşi : Polirom.

Chelcea, S. (1998). Memorie şi identitate, constructe sociale. În S. Chelcea (coord.). *Memorie socială şi identitate naţională*. Bucureşti : INI.

Doise, W. (1990). Les représentations sociales. În G. Bonnet, G. Ghiglione şi J.F. Richard (eds.). *Psychologie cognitive* (vol. 3). Paris : Bordas.

Guimelli, Ch. (1999). *La pensée sociale*. Paris : PUF.

Haas, Valerie ; Jodelet, Denise (1999). Pensée et mémoire sociale. În J.P. Pétard (ed.). *Psychologie sociale*. Paris : Bréal.

Halbwachs, M. (1994). *Les cadres sociaux de la mémoire*. Paris : Albin Michel.

Jodelet, D. (1984). Représentation sociale : phénomenes, concept et théorie. În S. Moscovici (ed.). *Psychologie sociale*, Paris : PUF.

Markova, I. (1999). Sur la reconnaissance sociale. *Psychologie et société*, 1, 55-80.

Moscovici, S. (1961), *La psychanalise, son image et son publique*. Paris : PUF.

Moscovici, S. ; Vignaux, G. (1994). Le concept de „themata". În G. Guimelli (ed.). *Structures et transformations des représentations sociales*. Lausanne : Delachaux et Niestlé.

Moscovici, S. ; Hewstone, M. (1984). De la science au sens comun. În S. Moscovici (ed.). *Psychologie sociale*. Paris : PUF.

Namer, G. (1987). *Mémoire et société*. Paris : Méridiens Klincksieck.

Neculau, A. (1999). Memorie colectivă şi uitare. În *Psihologia socială*. Iaşi : Polirom.

Neculau, A. (2000). *Memoria pierdută. Eseuri de psihosociologia schimbării*. Iaşi : Polirom.

Neculau, A. (1992). România – dificultăţile schimbării. *Revista de psihologie*, 1. Studiul a fost reluat în volumul *Memoria pierdută*..., Iaşi : Polirom.

Neculau, A. (1999). Memorie colectivă şi uitare. *Psihologie socială*, 3, 49-62.

Neculau, A. (2000). Controlul contextului şi manipularea reprezentărilor sociale. În *Psihologie socială*, 5, 38-47.

Ross, B.M. (1991). *Remembering the Personal Past. Descriptions of Autobiographical Memory*. Oxford : Oxford University Press.

Rouquette, M.-L. (1988). *La psychologie politique*. Paris : PUF.

Rouquette, M.-L. (1994). *Sur la connaissance des masses. Essai de psychologie politique*. Grenoble : PUG.

Rubin, D.C. (1999). *Remembering our Past. Studies in Autobiographical Memory*. Cambridge : Cambridge University Press.

Ruedenberg-Wright, L. (1996). Forty years of rehearsal. În *Civic Ceremony as a Field for Memory and Social Identity*. Ben Gurion University of the Negev.

Stănculescu, Irina (1999). Schimbarea reperelor memoriei colective. În *Psihologia socială*. Iași: Polirom.

Tulving, E. (1972). Episodic and semantic memory. În *Organization of Memory*. New York: Academic Press.

Concepte-cheie

Amintiri „flash" (*flashbulb memories*) – amintiri intense și foarte detaliate, asociate cu evenimente de o mare importanță personală și/sau care implică emoții puternice, amintiri ce durează aparent neschimbate timp de mai mulți ani.

Cadrele sociale ale memoriei – sisteme sau structuri de cunoștințe, amintiri colective și elemente valorice care furnizează explicit sau implicit reperele social-istorice de interpretare a trecutului.

Gândire socială – ansamblul de conținuturi ale credințelor colective, *reprezentărilor sociale* și *memoriei sociale*, vehiculate de către membrii unei societăți, conținuturi ancorate și particularizate de istoria morală, economică, culturală a diferitelor grupuri sociale co-existente într-un anumit context social, ideologic și situațional.

Memoria colectivă (în concepția lui M. Halbwachs) – se formează în urma interacțiunii dintre membrii grupului, partajării *memoriilor individuale* în cadrul acestui grup („reciprocitate de perspective") și interiorizării elementelor dominante. Este caracteristică fiecărui grup în parte (țărani, deportați, intelectuali, mineri), este condiționată de anturajul social comun și coexistă, în același timp și spațiu, cu alte memorii colective.

Memoria socială (în concepția lui M. Halbwachs) – rezultatul filtrării, reconstrucției și esențializării conținuturilor unor multiple *memorii colective*, coexistente într-un anumit spațiu geografic și cultural, având ca rezultat formarea unei reprezentări comune despre trecutul național.

ANEXĂ

ARCIPS (Asociaţia Română pentru Cercetare şi Intervenţie în Psihologia Socială)

La data de 20.01.2002 a avut loc, la Iaşi, o primă şedinţă a Adunării Membrilor Fondatori ai *Asociaţiei Române pentru Cercetare şi Intervenţie în Psihologia Socială* (ARCIPS), ocazie cu care s-au definit scopul şi obiectul de activitate şi s-a aprobat Statutul Asociaţiei:

> „Asociaţia Română pentru Cercetare şi Intervenţie în Psihologie Socială" are drept scop iniţierea, organizarea, coordonarea şi realizarea de acţiuni în domeniul psihologiei sociale. ARCIPS se adresează, în primul rând, celor care activează în domeniul psihologiei sociale, iar acţiunile ARCIPS vor sprijini iniţiativele şi proiectele publice şi/sau private în domeniul psihologiei sociale, în colaborare cu organismele publice şi private care activează în acest domeniu sau în domenii conexe (resurse umane, management, marketing, acţiuni sociale etc.).
>
> Pentru realizarea acestui scop, ARCIPS îşi propune:
>
> a) conceperea şi derularea de proiecte de dezvoltare şi susţinere ale activităţilor din domeniul psihologiei sociale, cu finanţare proprie ori finanţări publice sau private, interne sau externe;
> b) organizarea de simpozioane, programe, cursuri, stagii de pregătire, perfecţionare, specializare, mese rotunde, ateliere de studiu, cu participare internă şi externă pe teme legate de psihologia socială;
> c) editarea şi distribuţia publicaţiilor de specialitate de orice tip (reviste, periodice etc.) în legătură cu domeniul de activitate al Asociaţiei;
> d) sprijinirea organizaţiilor neguvernamentale, instituţiilor din sfera serviciilor sociale, societăţilor comerciale, asociaţiilor profesionale sau comunitare, inclusiv, dar fără a se limita la aceasta, prin acordarea de consultanţă în realizarea unor proiecte din domeniul reconversiei forţei de muncă;
> e) iniţierea de sau participarea la parteneriate cu organizaţii neguvernamentale, instituţii din sfera serviciilor sociale şi economice sau alţi parteneri interesaţi în realizarea unor programe sau servicii profesioniste în domeniul reconversiei forţei de muncă şi al psihologiei sociale;
> f) iniţierea de programe proprii de intervenţie în domeniul reconversiei forţei de muncă;
> g) editarea de publicaţii de specialitate (reviste, monografii, cărţi etc.)".

(Extras din *Statutul ARCIPS*, capitolul al II-lea, *Scopul asociaţiei şi obiectul de activitate*, Art. 4, p. 1)

Decizia de legalizare a *Asociaţiei Române pentru Cercetare şi Intervenţie în Psihologie Socială* (ARCIPS) a fost luată de Judecătoria Iaşi pe data de 13.05.2002. În conformitate cu prevederile Art. 12 alin. 8 al Statutului Asociaţiei, Consiliul Director format din membrii fondatori a hotărât alegerea dlui prof. dr. Adrian Neculau în funcţia de Preşedinte al Asociaţiei.

Glosar

Acord în cunoştinţă de cauză – un act privitor la o cercetare experimentală, semnat de cercetător şi subiect, în care sunt prevăzute drepturile şi obligaţiile fiecăruia (p. 63).

Agresivitate comutată – agresivitatea care, deşi cauzată de un alt factor, este canalizată spre o altă ţintă (p. 266).

Altruism – tip de comportament prosocial în care acordarea ajutorului implică un sacrificiu semnificativ (p. 180).

Amintiri „flash" (*flashbulb memories*) – amintiri intense şi foarte detaliate, asociate cu evenimente de o mare importanţă personală şi/sau care implică emoţii puternice, amintiri ce durează aparent neschimbate timp de mai mulţi ani (p. 318).

Analiză de conţinut – o tehnică de descompunere a ansamblului unui discurs în elemente simple şi cuantificarea lor cu scopul clasificării, măsurării sau ierarhizării acestora (p. 55).

Anchetă – ancheta psihosociologică este o metodă de cercetare prin intermediul căreia se colectează date de la un eşantion de subiecţi, de obicei prin interviuri şi/sau chestionare (p. 45).

Ancorare – proces de transferare a unor caracteristici noi într-un cadru de referinţă cunoscut, familiar ; înseamnă a clasifica, denumi, eticheta ; alocare de categorii şi nume (p. 292).

Animarea grupurilor – organizarea muncii în grupuri prin încurajarea producţiei comune, facilitare (reformularea obiectivelor, planificare, incitare la muncă) şi organizare (amenajarea relaţiilor dintre membri) (p. 217).

Apatia spectatorilor – neintervenţia sau amânarea acordării ajutorului de către martorii oculari ai unui accident sau ai unei scene de violenţă (p. 187).

Atitudine – stare mentală şi neuropsihologică de pregătire a răspunsului, organizată prin experienţă de către subiect, exercitând o influenţă directivă sau dinamică asupra răspunsului său faţă de toate obiectele şi toate situaţiile la care se raportează (pp. 123-125).

Autopersuasiune – fenomen constând din mai multe procese prin care oamenii îşi pot schimba atitudinile ca urmare a propriilor lor acţiuni (p. 138).

Cadrele sociale ale memoriei – sisteme sau structuri de cunoştinţe, amintiri colective şi elemente valorice care furnizează explicit sau implicit reperele social-istorice de interpretare a trecutului (p. 312).

Chestionar – un instrument de anchetă (având de regulă forma unei liste de întrebări) prin intermediul căruia se obţin răspunsuri în scris de la subiecţii unei cercetări (p. 49).

Comportament prosocial – tip de comportament intenţionat, orientat spre susţinerea şi promovarea valorilor sociale, spre ajutorarea altora, în afara obligaţiilor de serviciu, cu libertatea de a alege, fără a aştepta vreo recompensă externă (pp. 180-181).

Context – sistem de idei şi credinţe, norme şi obiceiuri care constituie anturajul social şi cultural în care evoluează individul şi care se transmit prin educaţie şi limbaj. Contextul furnizează cadre referenţiale, imagini de marcă, modele comportamentale şi practici cotidiene, asigurând socializarea şi integrarea socială (p. 302).

Cost antecalculat – ceea ce consideră (percepe) individul că va cheltui (p. 184).

Cost real – ceea ce investeşte efectiv individul într-un comportament prosocial : timp, bani, efort, emoţii etc. (p. 184).

Credinţa într-o lume dreaptă - convingerea că lumea este dreaptă, că fiecare primeşte ceea ce merită şi merită ceea ce primeşte (p. 191).

Cvasiexperiment - o formă a metodei experimentale în care condiţiile cercetării sunt mai puţin controlate şi subiecţii provin din grupuri preexistente (p. 58).

Debriefing - procedură postexperimentală care constă, în principal, în anularea efectelor induse în cadrul cercetării asupra subiecţilor (p. 64).

Dezbaterea trăsătură-situaţie - o îndelungată controversă între cercetătorii care susţin că principalii determinanţi ai comportamentului sunt factorii interni şi cei care neagă rolul decisiv al factorilor interni, înlocuindu-i cu cei situaţionali (p. 76).

Dinamica grupurilor - ansamblul metodelor de acţiune asupra indivizilor prin intermediul grupurilor, în vederea schimbării atitudinilor, sentimentelor, percepţiilor de sine şi de alţii (pp. 207, 214).

Discriminare - consecinţa comportamentală a aplicării prejudecăţii şi stereotipului ; un tratament al persoanei doar în baza apartenenţei sale la un grup sau o categorie socială (p. 256).

Discriminare evaluativă - discriminare ce se manifestă la nivelul evaluării comparative a două grupuri în baza aceleiaşi caracteristici (p. 261).

Disonanţă cognitivă - stare psihologică neplăcută care apare atunci când oamenii se confruntă cu două cogniţii contradictorii (p. 139).

Dispoziţie personală - presupuse atribute personale, precum trăsăturile de personalitate, aptitudinile sau atitudinile, având o relativă stabilitate în timp şi manifestare constantă în comportament (p. 115).

Dragoste companională - relaţie mai pragmatică şi raţională în care partenerul îţi este şi prieten bun, unde trăirile emoţionale sunt mai controlate, în centrul ei situându-se înţelegerea, respectul, încrederea, grija şi susţinerea reciprocă (p. 154).

Dragoste pasională - concept foarte apropiat de dragostea romantică, cu accentul suplimentar pe latura emoţional-sexuală, febrilitatea şi chiar contrastul trăirilor, atracţie irezistibilă către persoana iubită şi, de aici, scăderea considerabilă a lucidităţii comportamentale (p. 152).

Dragoste romantică - în cultura şi literatura de specialitate nord-americană, expresia este utilizată ca desemnând iubirea intensă, dezinteresată, având ca ax central afectivitatea şi atracţia fizică (sexuală) (p. 151).

Eroare de atribuire - aproape intraductibil în limba română, termenul „bias" are semnificaţii distincte, ce nu se confundă cu cele ale termenilor eroare (*error*) sau greşeală (*mistake*). L-am putea traduce şi prin sintagma „tendinţă subiectivă", pentru a sublinia caracterul natural al erorii de atribuire. Desemnează procesul de distorsiune sistematică a unui proces de atribuire (p. 119).

Eroare fundamentală de atribuire - distorsiunea procesului de atribuire în sensul subestimării factorilor cauzali situaţionali chiar şi când aceştia sunt evidenţi şi supraestimarea nejustificată şi nerealistă a factorilor cauzali interni (p. 119).

Eşantionare - o procedură de construcţie a unui ansamblu restrâns de indivizi, mai mult sau mai puţin reprezentativ pentru o populaţie, care se constituie în obiect de cercetare ştiinţifică (p. 47).

Etică în cercetare - un ansamblu de principii şi reguli care ghidează munca ştiinţifică, atât cu referire la calitatea acesteia, cât şi la tratamentul subiecţilor (p. 63).

Experiment - o metodă de cercetare ştiinţifică a relaţiilor dintre diverse fenomene într-un cadru strict controlat, bazată pe modificarea unor factori şi menţinerea constantă a altora (pp. 55, 58).

Focus-grup - o formă a interviului de grup în care discuţiile se derulează după anumite reguli şi sunt concentrate pe o temă stabilită în prealabil (p. 54).

Gândire socială – ansamblul de conţinuturi ale credinţelor colective, *reprezentărilor sociale* şi *memoriei sociale*, vehiculate de către membrii unei societăţi, conţinuturi ancorate şi particularizate de istoria morală, economică, culturală a diferitelor grupuri sociale co-existente într-un anumit context social, ideologic şi situaţional (p. 309).

Grup – ansamblu de persoane aflate în interacţiune şi având sentimentul apartenenţei la o entitate colectivă, organizat în vederea atingerii unor obiective comune, împărtăşite de către toţi membrii (p. 200).

Grup de control – ansamblul indivizilor situaţi în afara manipulării experimentale şi care sunt utilizaţi ca lot martor (p. 60).

Grup experimental – ansamblul indivizilor supuşi manipulării experimentale (p. 60).

Grup primar (restrâns) – număr redus de indivizi având fiecare o percepţie individualizată asupra celorlalţi; relaţii afective intense şi solidaritate; diferenţiere de roluri între membri şi construirea în comun a normelor şi credinţelor comune (p. 202).

Grup secundar (organizaţie) – sistem social sau subsistem bine structurat, dezvoltând relaţii funcţionale în interiorul unui segment al realităţii sociale, după norme juridice, economice, politice (p. 205).

Ideologie – ansamblu structurat de idei, teorie implicită despre om, ideal social care furnizează semnificaţii pentru stăpânirea realităţii, justifică şi legitimează interesele unui grup social; mod de viaţă, model imaginar care impulsionează producţia de reprezentări sociale şi discursul actorilor sociali (pp. 302-303).

Informaţie consensuală – provine de la comportamentul unor persoane diferite aflate în aceeaşi situaţie, sub influenţa aceluiaşi stimul (p. 117).

Informaţie consistentă – dă seama de comportamentul unei persoane în prezenţa unui singur stimul, dar de-a lungul timpului, în situaţii diferite (p. 117).

Informaţie distinctivă – priveşte comportamentul unei aceleiaşi persoane în condiţiile acţiunii unor stimuli diferiţi (p. 117).

Interacţionism – curent psihologic al cărui scop este concilierea dintre situaţionism şi adepţii trăsăturilor de personalitate prin descoperirea unor factori mediatori între trăsătură şi situaţie (p. 81).

Interviu – o tehnică a anchetei bazată pe întrebări şi răspunsuri, cu ajutorul căreia se obţin informaţii verbale de la subiecţii cercetării (p. 52).

Ipoteză – un enunţ supus verificării ştiinţifice, care exprimă relaţiile posibile dintre două sau mai multe fenomene măsurabile (p. 44).

Învăţare prin modele – o modalitate de a învăţa prin observarea şi imitarea comportamentul altor persoane (p. 268).

Justiţie socială – judecăţile oamenilor despre ceea ce este drept, corect, just în relaţiile interumane şi în raporturile lor cu puterea (p. 191).

Memoria colectivă (în concepţia lui M. Halbwachs) – se formează în urma interacţiunii dintre membrii grupului, partajării *memoriilor individuale* în cadrul acestui grup („reciprocitate de perspective") şi interiorizării elementelor dominante. Este caracteristică fiecărui grup în parte (ţărani, deportaţi, intelectuali, mineri), este condiţionată de anturajul social comun şi coexistă, în acelaşi timp şi spaţiu, cu alte memorii colective (p. 314).

Memoria socială (în concepţia lui M. Halbwachs) – rezultatul filtrării, reconstrucţiei şi esenţializării conţinuturilor unor multiple *memorii colective*, coexistente într-un anumit spaţiu geografic şi cultural, având ca rezultat formarea unei reprezentări comune despre trecutul naţional (p. 312).

Metodă – un ansamblu standardizat de reguli, operaţii şi mijloace tehnice prin care se atinge, în cercetarea ştiinţifică, un scop dinainte precizat (p. 44).

Modelul comunicării – când trebuie să analizăm o comunicare, ne întrebăm cine, ce, cui și cum spune. Se poate astfel descrie comunicarea printr-o schemă în care se face distincția între *sursă*, *mesaj*, *canal de comunicare* și *receptor* (p. 133).

Modelul constructivist al personalității – concepe personalitatea ca fiind determinată în întregime de jocul factorilor situaționali. Termenii-trăsătură nu reflectă în acest model factori determinanți interni, ci sunt doar concepte comode cu ajutorul cărora oamenii categorizează regularitățile din comportament (p. 80).

Modelul euristic-sistematic – subiecții își pot forma sau schimba o atitudine tratând mesajul persuasiv într-o manieră *sistematică* sau *euristică*.

Tratarea sistematică este concepută ca și tratamentul prin ruta centrală prezentat în cadrul modelului probabilității de elaborare. Tratamentul euristic este definit ca un mod de tratament al informației mai limitat și care necesită mai puțin efort decât tratarea sistematică (p. 137).

Modelul probabilității de elaborare – conform acestui model, se poate ajunge la formarea unei atitudini valide pe două căi : *ruta centrală* și cea *periferică*.

Persuasiunea care se realizează prin ruta centrală presupune adoptarea unei atitudini care rezultă dintr-un examen atent al argumentelor disponibile pro sau contra unei poziții. Persuasiunea pe ruta periferică presupune formarea sau modificarea unei atitudini fără un tratament prea aprofundat al informației prezentate. Autorii plasează sub această titulatură toate schimbările de atitudine obținute fără elaborarea mesajului persuasiv, aceasta incluzându-le atât pe cele achiziționate prin condiționare clasică sau operantă, cât și pe cele care au la bază identificarea (p. 136).

Modelul tridimensional – este cel mai cunoscut și a fost propus de Rosenberg și Hovland (1960). Acest model este important deoarece precizează natura răspunsurilor individului față de obiectele de atitudine. Se disting trei tipuri de răspunsuri : cognitive, afective și comportamentale, care variază într-o manieră consistentă (adică în același sens) de-a lungul unui continuum evaluativ (p. 130).

Modelul triunghiular al dragostei – conținutul iubirilor celor mai frecvente are trei dimensiuni, prezente în proporții variabile la diferite cupluri : intimitatea (sudura sufletească) ; pasiunea (atracția fizică și sexuală) ; dimensiunea decizional-implicațională (latura cognitivă) (p. 155).

Norma reciprocității – obligația morală de a-i ajuta pe cei care te-au ajutat anterior (p. 182).

Norma responsabilității sociale – obligația morală de a-i ajuta pe alții, fără a aștepta recompense externe (p. 182).

Nucleu central – orice reprezentare socială este organizată în jurul unui nucleu central care determină semnificația și structura acesteia. Nucleul central se definește prin caracteristicile sale calitative ; el este determinat de memoria colectivă și de normele grupului, asigură consensualitatea acestuia, este stabil, coerent și relativ independent de contextul social (p. 296).

Obiect al reprezentării – orice reprezentare socială se raportează la un obiect, la un loc, o situație, un fapt, o persoană, un eveniment, o idee și redă starea de spririt a unui individ sau grup decupat din realitate. „Obiecte” pot fi diferite domenii ale vieții sociale, organisme sociale, politici instituționale, locuri și servicii sociale (p. 289).

Obiectificare – procesul cognitiv prin care individul sau grupurile transformă conceptele, noțiunile abstracte în imagini familiare ; proces de simplificare a informațiilor, de concretizare a noțiunilor, atașându-le sensuri familiare, imagini comune (p. 291).

Operaționalizare – o etapă a cercetării științifice prin care conceptele sunt transformate în indicatori direct măsurabili (p. 47).

Personalitatea – este un sistem structurat și coerent de dispoziții relativ stabile a căror interacțiune ne conferă unicitate în gândire și comportament (p. 73).

Personalitate autoritară – tip de personalitate conservatoare a cărei trăsătură dominantă este intoleranța față de străini și minoritari, dar care adoptă o atitudine obedientă față de cei care dețin puterea (pp. 70, 267, 271).

Persuasiune – un act de comunicare având ca scop modificarea setului mental al individului (Corneille, 1992) (p. 133).

Plan experimental – un tablou sintetic al cercetării cuprinzând numărul, tipul și poziția variabilelor implicate și a grupurilor de subiecți (p. 59).

Plan factorial – un plan experimental care cuprinde două sau mai multe variabile independente (p. 61).

Prejudecată – reacția afectivă față de membrii unui grup sau unei categorii sociale (p. 256).

Prejudecată consensuală (socială) – reacție afectivă față de un anume grup sau categorie socială, care este împărtășită la nivelul unei colectivități sau în societate (p. 263).

Prejudecată personală – prejudecata pe care o are o anume persoană față de un grup sau o categorie socială (p. 263).

Prietenie – relație interpersonală de durată între două persoane, bazată pe afecțiune, încredere și prețuire reciprocă (p. 148).

Principiu organizator – funcția de reglare socială a reprezentărilor sociale ; stabilirea unor relații normative, luarea unor poziții cu privire la credințele comune, un set de semnificații și cogniții comune (p. 299).

Principiul covarianței – statuează că un fenomen poate fi considerat cauză a unui comportament numai în condițiile în care prezența lui este însoțită de prezența comportamentului, iar în absența lui, același comportament nu apare niciodată (p. 117).

Principiul echității – proporționalitatea costuri/beneficii între persoane (p. 182).

Rasism aversiv – manifestarea stereotipurilor, prejudecăților și discriminării negative în manieră deschisă, afișate direct (p. 262).

Rasism simbolic, rasism ambivalent, rasism modern – forme de manifestare a rasismului în mod indirect, prin prisma unor judecăți stereotipice sau comportamente mascate (p. 263).

Reactanța psihică – tendința de redobândire a libertății de acțiune în cazul limitării externe a comportamentelor proprii (p. 183).

Reprezentare colectivă – în concepția lui Durkheim, o clasă foarte generală de fenomene psihice și sociale venind din trecut, ca un fir comun care reunește cunoștințe, religia, tradițiile, miturile și ideologiile, sentimentele și credințele comune, situate în afara individului (p. 285).

Reprezentările sociale – pentru S. Moscovici, RS înseamnă un ansamblu structurat de valori, noțiuni și practici relative la obiecte, aspecte sau dimensiuni ale mediului social. Alți autori se referă la capacitatea RS de a oferi o cunoaștere socială specifică, grile de lectură a realității, principii generatoare de luări de poziții, o viziune funcțională asupra lumii (p. 288).

Rezistență la persuasiune – se referă la diferitele modalități prin care putem preveni efectele influenței mesajelor persuasive ; acestea pot fi strategii preventive, altele sunt aplicate după tentativa de persuadare, iar altele pot acționa și înainte, și după prezentarea mesajului persuasiv. Cele mai cunoscute mecanisme de acest tip sunt : inocularea, doparea și expunerea selectivă (p. 137).

Schemă – structura cognitivă care reprezintă cunoștințele despre un concept sau categorie de stimuli, inclusiv atributele și relațiile între aceste atribute ; constituie un set de cogniții intercorelate (gânduri, credințe, atitudini) care ne permit o percepere semantică rapidă a unei persoane, situații, eveniment etc. pornind de la informații sumare (p. 256).

Schemă cauzală – schemele cauzale joacă rolul unor concepții generale despre relațiile cauză-efect. Ele sunt credințe sau chiar prejudecăți provenind din experiență, despre modul în care unele tipuri de cauze produc prin interacțiune un anume tip de efect.

Fiind aplicabile în situaţii multiple, ele au funcţia de a permite unui observator să facă inferenţe cauzale uşor şi rapid, depăşind lacunele informaţionale (p. 118).

Schemă de grup – structura cognitivă care reprezintă cunoştinţele descriptive şi prescriptive despre membrii unui grup sau categorii sociale (p. 256).

Sexualitate premaritală – relaţii sexuale înainte de căsătorie, care în zilele noastre au căpătat proporţii de masă (p. 155).

Simţ comun psihologic – cuprinde teoria sau teoriile psihologice naive pe care omul obişnuit le utilizează în încercarea lui de a da sens, de a prezice şi controla lumea (p. 115).

Singurătate – stare psihosocială determinată de lipsa relaţiilor interpersonale reale în raport cu cele dorite (p. 149).

Situaţie – complex structurat de factori externi care are puterea de a determina comportamentul unei persoane (p. 76).

Sociosexualitate – orientarea indivizilor în legătură cu natura relaţiilor sexuale, la un pol al ei aflându-se indivizii cu un comportament nerestrictiv, gata să facă sex indiferent de implicarea emoţională şi sentimentală, iar la celălalt, cei care consideră că relaţia sexuală trebuie să se bazeze pe apropiere şi sentimente pozitive reciproce (p. 156).

Stereotip – o serie de caracteristici considerate relevante pentru a descrie membrii aparţinând unui grup sau unei categorii sociale (p. 256).

Stereotip consensual (social) – stereotipuri împărtăşite de membrii unei populaţii sau la nivelul societăţii (p. 258).

Stereotip personal – stereotipul pe care îl are un anume individ în raport cu un grup (p. 258).

Taxonomie a situaţiilor – clasificare a principalelor contexte situaţionale (examenul, conflictul etc.) care se dovedesc a fi stimuli determinanţi ai comportamentului (p. 77).

Teoria acţiunii sociale – teorie formulată de sociologul american Talcott Parsons (1951), care susţine că actorii sociali urmăresc prin acţiunile lor atingerea unor scopuri (p. 189).

Teoria inferenţei corespondente – teorie conform căreia un observator va infera corespondenţa unui comportament cu o anumită trăsătură stabilă în funcţie de atribuirea unei intenţii (p. 115).

Teoria ţapului ispăşitor – frustrările ce se acumulează la nivelul unei societăţi determină căutarea „vinovatului" în aşa fel încât grupurile minoritare devin responsabile şi persecutate pentru tot răul social (p. 266).

Teorie – un sistem informaţional complex, ipotetico-deductiv şi explicativ, aplicabil unui domeniu al cunoaşterii (p. 44).

Teoriile atribuirii – grup de teorii a căror notă comună este încercarea de a explica modul în care omul obişnuit, într-un efort susţinut de înţelegere, încearcă să separe un efect de cauza sau complexul de factori cauzali care l-a produs (p. 110).

T-group – metodă de antrenament social inventată de K. Lewin, vizând achiziţia unor competenţe psihosociale (diagnosticarea situaţiilor sociale, comunicare, interacţiune) prin schimb de informaţii cu ceilalţi, punând accent pe „învăţarea reciprocă" şi experimentare (p. 205).

Transformare – proces de evoluţie şi schimbare a reprezentărilor sociale sub impactul ideilor, normelor şi practicilor sociale noi (p. 300).

Trăsătură de personalitate – presupus element sau structură neuropsihică internă, stabilă în timp şi de-a lungul situaţiilor, care determină comportamentul unei persoane (p. 73).

Variabilă – caracteristică sau proprietate a unui obiect sau fenomen care poate lua, într-o cercetare, două sau mai multe valori (p. 56).

Variabile moderatoare – o a treia categorie de factori determinanţi ai comportamentului uman, a căror funcţie este aceea de a media între factorii interni şi cei situaţionali, de a înlesni trecerea de la unii la alţii (p. 81).

Bibliografie selectivă

Abric, J.-C. (2002). *Psihologia comunicării. Teorii și metode*. Iași : Polirom.

Adorno, T.W. ; Frenkel-Brunswik, E. ; Levinston, D.J. ; Sanford, R.N. (1950). *The Autoritarian Personality*. New York : Harper & Row.

Aebischer, V. ; Oberlé, D. (1990). *Le groupe en psychologie sociale*. Paris : Bordas.

Albrecht, Stan L. ; Thomas, Darwin L. ; Chadwick, Bruce A. (1980). *Social Psychology*. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.

Allport, G.W. (1954). *The Nature of Prejudice*. Cambridge : Addison-Wesley.

Allport, G.W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. New York : Holt, Rinehart & Winston.

Allport, G.W. (1991). *Structura și dezvoltarea personalității*. București : Editura Didactică și Pedagogică.

Anzieu, D. ; Martin, J.Y. (1994). *La dynamique des groupes restreints* (ed. a X-a). Paris : PUF.

Asch, S.E. (1956). Studies of independence and submission to group pressure : I. A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs : General and Applied*, 70, 1-70.

Babbie, E. (2001). *The Practice of Social Research*. Wadsworth/Thomson Learning.

Baddeley, A. (1998). *Memoria umană*. București : Teora.

Baker, T.L. (1999). *Doing Social Research*. McGraw Hill.

Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.

Baron, R. ; Byrne, D. ; Johnson, B. (1998). *Exploring Social Psychology*. Boston : Allyn and Bacon.

Baron, R.A. (1977). *Human Aggression*. New York : Plenum.

Baron, R.A. ; Byrne, D. (1991). *Social Psychology. Understanding Human Interaction*. Boston : Allyn and Bacon.

Bar-Tal, D. (1976). *Prosocial Behavior*. Washington : Hemisphere.

Barus-Michel, J. ; Enriquez, E. ; Levy, A. (2002). *Vocabulaire de psychosociologie*. Ramonville Saint-Agne : Eres.

Baum, A. ; Fischer, J.D. ; Singer, J.E. (1985). *Social Psychology*. New York : Random House.

Beauvois, J.L. ; Dubost, N. ; Doise, W. (1999). *La construction sociale de la personne*. Grenoble : PUG.

Bell, R. (1989). *Worlds of Friendship*. New York : Sage Publication.

Bercowitz, L. (1962). *Aggression : A Social Psychological Analysis*. New York : McGraw-Hill.

Berger, P. ; Luckman, T. (1999). *Construirea socială a realității*. București : Univers.

Berscheid, E. ; Walster, E. (1978). *Interpersonal Attraction* (ed. a II-a). Reading, MA : Addison-Wesley.

Berthier, N. (1998). *Les techniques d'enquête*. Paris : Armand Colin.

Blanchet, A. *et al*. (1985). *L'entretien dans les sciences sociales*. Paris : Bordas.

Blanchet, A. ; Ghiglione, R. ; Massonnat, J. ; Trognon, A. (1987). *Les techniques d'enquête en sciences sociales*. Paris : Bordas.

Bogdan, T. ; Sântea, I. (1988). *Analiza psihosocială a victimei. Rolul ei în procesul judiciar*. București : M.I., Serviciul Editorial și Cinematografic. 48-51.

Boncu, Șt. (1999). *Psihologie și societate*. Iași : Erota.

Bordeleau, Y. (1997). *Méthodes d'analyse et d'intervention en milieu organisationnel*. Montréal : Éditions Nouvelles.

Boulding, K.E. (1989). *Three Faces of Power*. Newbury Park, California : Sage.

Bourhis, R.Y. ; Leyens, J.-Ph. (coord.) (1997). *Stereotipuri, discriminare și relații intergrupuri*. Iași : Polirom.

Bower, G.H. ; Hilgard, E.R. (1981). *Theories of Learning* (ed. a V-a). Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.

Brehm, S.S. (1992). *Intimate Relationships*. New York : Random House.

Brehm, S.S. ; Kassin, S.M. (1996). *Social Psychology*. New Jersey : Houghton Mifflin Co.

Cartea echipelor (1939). București : Fundația Culturală Regală „Principele Carol".

Chelcea, S. (1975). *Chestionarul în investigația sociologică*. București : Editura Științifică și Enciclopedică.

Chelcea, S. (coord.) (1990). *Psihosociologia cooperării și întrajutorării umane*. București : Editura Militară.

Chelcea, S. (1998). *Memorie socială și identitate națională*. București : INI.

Chelcea, S. (2001). *Metodologia cercetării sociologice : metode cantitative și calitative*. București : Editura Economică.

Chelcea, S. (2002). *Un secol de cercetări psihosociologice. 1897-1997*. Iași : Polirom.

Christensen, L.B. (2001). *Experimental Methodology*. Allyn and Bacon.

Cohen, Percy S. (1969). *Modern Social Theory*. Londra : Heinemann.

Combessie, J.C. (1996). *La méthode en sociologie*. Paris : Éditions La Découverte.

Constantin, T. (2002). Memoria socială ; paradigme teoretice și date empirice. *Psihologie socială*, 10.

Corsini, Raymond J. (ed.) (1984). *Encyclopedia of Psychology*. New York : John Wiley & Sons.

Curelaru, M. (coord.) (2001). *Reprezentările sociale. Teorie și metode* (texte alese). Iași : Erota.

De Visscher, P. (2001). *La dynamique des groupes d'hier à aujourd'hui*. Paris : PUF.

De Visscher, P. ; Neculau, A. (coord.) (2001). *Dinamica grupurilor. Texte de bază*. Iași : Polirom.

Deaux, K. ; Wrightsman, L.S. (1988). *Social Psychology*. Brooks/Cole Publishing Co.

Delacampagne, C. (1983). *L'invention du racisme. Antiquité et Moyen Age*. Paris : Fayard.

Doise, W. ; Clemence, A. ; Lorenzi-Cioldi, F. (1992). *Représentations sociales et analyses de données*. Grenoble : PUG.

Doise, W. ; Mugny, G. ; Deschamps, J.C. (1996). *Psihologie socială experimentală*. Iași : Polirom.

Doise, W. ; Mugny, G. (1998). *Psihologie socială și dezvoltare cognitivă*. Iași : Polirom.

Dollard, J. ; Doob, I. ; Miller, N. ; Mowrer, O. ; Sears, R. (1939). *Frustration and Aggression*. New Haven, CT : Yale University Press.

Dragomirescu, T.V. (1990). *Determinism și reactivitate umană*. București : Editura Științifică.

Drozda-Senkowska, E. (1998). *Capcanele raționamentului*. Iași : Polirom.

Duck, S. (2000). *Relații interpersonale*. Iași : Polirom.

Dussaix, A.-M. ; Grosbras, J.-M. (1993). *Les sondages : Principes et méthodes*. Paris : PUF.

Eibl-Eibesfeldt, I. (1995). *Agresivitatea umană*. București : Editura Trei.

Eysenck, H. ; Eysenck, M. (1998). *Descifrarea comportamentului uman*. București : Teora.

Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Disonance*. Stanford : Stanford University Press.

Festinger, L. ; Carlsmith, J.M. (1959). Cognitive consequences of forced compliance. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 58, 203-210.

Fiske, S.T. ; Taylor, S.E. (1991). *Social Cognition* (ed. a II-a). New York : McGraw-Hill.

Flick, U. (1998). *An Introduction to Qualitative Research*. Sage Publications.

Frankfort-Nachmias, C.; Nachmias, D. (1996). *Research Methods in Social Sciences* London: Arnold.

Freud, S. (1921). Psychologie collective et analyse du moi (trad. din germană: *Massenpsychologie*). *Essais de psychanalyse*. Paris: Payot, 1927.

Garnier, C. (ed.) (2002). *Les formes de la pensée sociale*. Paris: PUF.

Gergen, K.J.; Gergen, M.M.; Jurats, S. (1992). *Psychologie sociale*. Québec: Vigot.

Ghiglione, R.; Beauvois, J.-L.; Chabrol, C.; Trognon, A. (1980). *Manuel d'analyse de contenu*. Paris: Armand Colin.

Ghiglione, R.; Matalon, B. (1991). *Les enquêtes sociologiques. Théories et pratique*. Paris: Armand Colin.

Glass, D.C. (1977). *Behavior Patterns, Stress, and Coronary Disease*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Golu, P. (2000). *Fundamentele psihologiei sociale*. Constanţa: Ponto.

Graumann, C.F. (1996). Introduction to a history of social psychology. În M. Hewstone, W. Stroebe şi G. Stephenson (eds.). *Introduction to Social Psychology: An European Perspective*. Oxford: Blackwell.

Grawitz, M. (1996). *Méthodes des sciences sociales*. Paris: Dalloz.

Greenbaum, T.L. (1998). *The Handbook of Focus Group Research*. Sage Publications.

Guimelli, C. (1994). *Structures et transformations des représentations sociales*. Lausanne: Delachaux et Niestlé.

Guimelli, C. (1999). *La pensée sociale*. Paris: PUF.

Guingouain, G.; Le Poultier, F. (1994). *A quoi sert aujourd'hui la psychologie sociale ?* Campus de la Harpe: Presses Universitaires de Rennes.

Halbwachs, M. (1994). *Les cadres sociaux de la mémoire*. Paris: Albin Michel.

Hatfield, E.; Walster, G. (1981). *A New Look at Love*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Havârneanu, C. (2000). *Metodologia cercetării în ştiinţele sociale*. Iaşi: Erota.

Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: Wiley.

Hendrick, S.S.; Hendrick, C. (1992). *Romantic Love*. Newbury Park, CA: Sage.

Herzlich, C. (1969). *Santé et Maladie. Analyse d'une représentation sociale*. Paris: Mouton.

Hovland, C.I.; Janis, I.L.; Kelley, H.H. (1953). *Communication and Persuasion. Psychological Studies of Opinion Change*, New Haven, CT: Yale University Press.

Hovland, C.I.; Rosenberg, M.J. (eds.) (1960). *Attitude Organisation and Change*. New Haven, CT: Yale University Press.

Iluţ, P. (1997). *Abordarea calitativă a socioumanului*. Iaşi: Polirom.

Iluţ, P. (2000). *Iluzia localismului şi localizarea iluzei*. Iaşi: Polirom.

Insko, C.A. (1967). *Theories of Attitude Change*. New York: Appleton-Century-Crofts.

James, W. (1890). *The Principles of Psychology*. New York: Holt.

Jaspars, J.; Fincham, D.; Hewstone, M.F. (eds.) (1983). *Attribution Theory and Research: Conceptual, Developmental and Social Dimensions*. New York: Academic Press.

Jodelet, D. (1984). Représentation sociale: phénomènes, concept et théorie. În S. Moscovici (ed.). *Psychologie sociale*, Paris: PUF.

Jodelet, D. (1989). *Folie et représentations sociales*. Paris: PUF.

Lindzey, G.; Aronson, E. (eds.) (1985). *Handbook of Social Psychology* (ed. a III-a, vol. 1). New York: Random House.

Kapferer, J.N. (1999). *Căile persuasiunii*. Bucureşti: INI.

Kimble, C.E. (1990). *Social Psychology. Studying Human Interaction*. Wm. C. Brown P Publishers.

Latané, B.; Darley, John M. (1970). *The Unresponsive Bystander: Why Doesn't He Help ?* New York: Appleton-Century-Crofts.

Laumann, E. ; Gagnon, J. ; Michael, R. ; Michael, S. (1994). *The Social Organization of Sexuality : Sexual Practices in the United States*. Chicago : Chicago Press.

Leclerc, Ch. (1999). *Comprendre et construire les groupes*. Les Presses de L'Université Laval, „Chronique sociale".

Lerner, M.J. (1980). *The Belief in a Just World : A Fundamental Delusion*. New York : Plenum.

LeVine, R.A. ; Campbell, D.T. (1972). *Etnocentrism : Theories of Conflict, Etnic Atitudes and Group Behavior*. New York : Wiley.

Lewin, K. (1951). *Field Theory in Social Science*. New York : Harper.

Leyens, J.-P. (1979). *Psychologie sociale*. Liège : Mardaga.

Likert, R. (1932). *A Technique for the Measurement of Attitude*. Chicago : University of Chicago Press.

Linton, R. (1968). *Fundamentul cultural al personalității*. Bucureşti : Editura Ştiinţifică.

Lippman, W. (1922). *Public Opinion*. New York : Harcourt & Brace.

Macaulay J.R.A. ; Berkowitz, L. (eds.) (1970). *Altruism and Helping Behavior*. New York : Academic Press.

Manstead, A.S.R. ; Hewstone, M. (eds.). (1995). *The Blackwell Enciclopedia of Social Psychology*. Blackwell Inc.

Markova, I. (1999). Sur la reconnaissance sociale. *Psychologie et société*, 1.

May, T. (1997). *Social Research. Issues, Methods and Process*. Open University Press.

Mărginean, I. (1982). *Măsura în sociologie*. Bucureşti : Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică.

Mărginean, I. (2000). *Proiectarea cercetării ştiinţifice*. Iaşi : Polirom.

McBurney, D.H. (1994). *Research Methods*. Brooks/Cole Publishing Co.

McGarty, C. ; Haslam, S.A. (eds.) (1997). *The Message of Social Psychology*. Cambridge : Blackwell, 113-128.

Michener, A.H. ; DeLamater, J.D. ; Schwartz, S.H. (1986). *Social Psychology*. San Diego : Harcourt Brace Jovanovich Publishers Inc.

Milgram, S. (1974). *Obedience to Authority : An Experimental View*. New York : Harper & Row.

Mitrofan, N. ; Zdrenghea, V. ; Butoi, T. (2000). *Psihologie judiciară*. Bucureşti : Editura Mihaela Press SRL.

Moliner, P. (1988). La représentation sociale comme grille de lecture. *Thèse de doctorat*. Université de Provence.

Moliner, P. (1996). *Images et représentations sociales*. Grenoble : PUG.

Morgan, D. (1997). *Focus Groups as Qualitative Research*. Sage Publications.

Moscovici, S. (1961). *La psychanalise, son image et son publique*. Paris : PUF.

Moscovici, S. (1979). *Psychologie des minorités actives*. Paris : PUF.

Moscovici, S. (1992). „Presentation", articol introductiv la numărul tematic „Nouvelles voies en psychologie sociale". *Bulletin de psychologie*, 405.

Moscovici, S. (1994). *Psihologia socială sau maşina de fabricat zei*. Iaşi : Editura Universităţii „Al.I. Cuza".

Moscovici, S. (ed.) (1984). *Psychologie sociale*. Paris : PUF.

Moscovici, S. (coord.) (1998). *Psihologia socială a relaţiilor cu celălalt*. Iaşi : Polirom, 61-73.

Moser, C.A. (1967). *Metodele de anchetă în investigarea fenomenelor sociale*. Bucureşti : Editura Ştiinţifică.

Myers, A. ; Hensen, C.H. (1997). *Experimental Psychology*. Brooks/Cole Publishing Co.

Myers, D.G. (1990). *Social Psychology* (ed. a II-a). McGraw-Hill Publishing Company.

Namer, G. (1987). *Mémoire et société*. Paris : Méridiens Klincksieck.

Nation, J.R. (1997). *Research Methods*. Prentice Hall.

Neculau, A. (1977). *Liderii în dinamica grupurilor*. București : Editura Științifică.

Neculau, A. (coord.) (1991). *Cultură și personalitate*, București : Editura Militară.

Neculau, A. (coord.) (1996). *Psihologie socială. Aspecte contemporane*. Iași : Polirom.

Neculau, A. (2000). *Memoria pierdută. Eseuri de psihosociologia schimbării*. Iași : Polirom.

Nisbett, R.E. ; Ross, L. (1980). *Human Inference : Strategies and Shortcommings of Socials Judgements*. New York : Prentice Hall.

Osgood, C.E. ; Suci, G.J. ; Tennenbaum, P.H. (1957). *The Measurement of Meaning*. Urbana, IL : University of Illinois Press.

Parsons, T. (1951). *The Social System*. New York : Free Press.

Piliavin, J.A. ; Dovidio, J.F. ; Gaerthner, S.L. ; Clark, R.D. (1981). *Emergency Intervention*. New York : Academic Press.

Punch, K.F. (1998). *Introduction to Social Research. Quantitative and Qualitative Approaches*. Sage Publications.

Quetel, C. (1986). *Le mal de Naples, histoire de la syphilis*. Paris : Seghers.

Radu, I. ; Iluț, P. ; Matei, L. (1994). *Psihologie socială*. Cluj-Napoca : Exe.

Raven, B. ; Rubin, J. (1976). *Social Psychology : People in Groups*. New York : John Wiley & Sons, Inc.

Rogers, C. (1973). *Les groupes de rencontre*. Paris : Dunod.

Rokeach, M. (1960). *The Open and Closed Mind*. New York : Basic Books.

Ross, B.M. (1991). *Remembering the Personal Past. Descriptions of Autobiographical Memory*. Oxford : Oxford University Press.

Ross, L. ; Nisbett, R.E. (1991). *The Person and the Situation*. Washington D.C. : McGraw-Hill.

Rotariu, T. ; Iluț, P. (1997). *Ancheta sociologică și sondajul de opinie*. Iași : Polirom.

Rouchy, J.C. (2000). *Grupul – spațiu analitic. Observație și teorie*. Iași : Polirom.

Rouquette, M.-L. (1988). *La psychologie politique*. Paris : PUF.

Rouquette, M.-L. (1998). *La communication sociale*. Paris : Dunod.

Rouquette, M.-L. (2002). *Despre cunoașterea maselor. Eseu de psihologie politică*. Iași : Polirom.

Rubin, D.C. (1999). *Remembering our Past. Studies in Autobiographical Memory*. Cambridge : Cambridge University Press.

Rubin, Z. (1973). *Liking and Loving : An Invitation to Social Psychology*. New York : Holt, Rinehart and Winston.

Saint-Arnaud, Y. (1989). *Les petits groupes. Participation et communications*. Presses de l'Université de Montréal, CIM.

Saks, M.J. ; Krupat, E. (1988). *Social Psychology and Its Applications*. New York : Harper & Row Publishers, Inc.

Sanitionso, R.B. ; Brown, M.B. ; Lungu, O. (1999). *Cogniție socială. Manual pentru studenți*. Iași : Eurocart. Capitolul 5 – „Schemele de grup", 75-95.

Seca, J.M. (2001). *Les représentations sociales*. Paris : Armand Colin.

Segalen, M. (1987). *Sociologie de la famille*. Paris : Armand Colin.

Seneca, Annaeus L. (58/1967). *Scrisori către Luciliu*. București : Editura Științifică.

Sirota, A. (1998). *Conduite perverse în grup. Interpretări și intervenții*. Iași : Polirom.

Sorentino, R.M. ; Higgins, E.T. (1986). *Handbook of Motivation and Cognition : Foundation of Social Behavior*. New York : Guilford.

Sternberg, R. (1988). *The Triangle of Love*. New York : Basic Books.

Stewart, D.W. ; Shamdasani, P.N. (1990). *Focus Groups. Theory and Practice*. Sage Publications.

Stoetzel, J. ; Girard, A. (1975). *Sondajele de opinie publică*. București : Editura Științifică și Enciclopedică.

Taylor, S. ; Peplau, L. ; Sears, D. (1994). *Social Psychology*. New York : Prentice Hall Inc.

Thurstone, L.L. ; Chave, E.J. (1929). *The Measurement of Attitude*. Chicago : University of Chicago Press.

Toch, H. (1986). *Psychology of Crime and Criminal Justice*. Prospect Heights, Illinois : Waveland Press Inc.

Tucicov-Bogdan, A. (1984). *Psihologia socială în România*. Bucureşti : Editura Academiei.

Tulving, E. (1972). Episodic and semantic memory. În *Organization of Memory*. New York : Academic Press.

Vallerand, R.J. (1994). *Les fondements de la psychologie sociale*. Montréal, Paris : Gaetan Morin.

Vlăsceanu, L. (1982). *Metodologia cercetării sociologice*. Bucureşti : Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică.

Wegner, D.M. ; Vallacher, R.R. (1977). *Implicit Psychology*. New York : Oxford University Press.

Wilson, E.O. (1975). *Sociobiology : The New Synthesis*. Cambridge, MA : Harvard University Press.

Worchel, S. ; Cooper, J. ; Goethals, R.G. (1991). *Understand Social Psychology*. Pacific Grove, California : Brooks/Cole Publishing Company.

Zillmann, D. (1978). *Hostility and Aggression*. Hillsdale, NJ : Erlbaum.

Zillmann, D. (1984). *Connections Between Sex and Aggression*. Hillsdale, NJ : Erlbaum.